Katteella tulosta

Terttu Söderström

Juha Stenbacka

Irma Mäkinen

Sanoma Pro Oy

Helsinki

Tiedustelut
Sanoma Pro Oy, Helsinki
puh. 020 391 000
sähköposti: asiakaspalvelu@sanomapro.fi

www.sanomapro.fi

Kustantaja: Sanoma Pro Oy
11., uudistettu painos, 2017

ISBN 978-952-63-4964-0

Tämä aineisto on digitaalinen rinnakkaisversio tuotteesta
Katteella tulosta ISBN 978-952-63-4879-7

Toimitus: Birgitta Pohja
Ulkoasu ja taitto: Leena Seppänen
Kansi: Jaana Rautio
Kuvitus: Eila Sinivuori

© Terttu Söderström, Juha Stenbacka, Irma Mäkinen ja Sanoma Pro Oy

Kopiointiehdot

Tämä teos on digitaalinen oppikirja, joka on suojattu tekijänoikeuslailla
(404/61).

Alkusanat

Katteella tulosta on tarkoitettu oppikirjaksi liiketalouden perustutkinnon merkonomikoulutukseen. Kirja sisältää taloushallinnon sisäisen laskentatoimen kurssien aihepiirit ja soveltuu käytettäväksi kaupallisten oppilaitosten sekä muiden oppilaitosten sisäisen laskennan opetuksessa. Sen käyttö ei vaadi aikaisempaa taloushallinnon opiskelua.

Kirjan keskeisiä aihepiirejä ovat kannattavuus ja siihen vaikuttavat tekijät, hinnoittelu, rahan riittävyys ja budjetointi. Kuhunkin aihepiiriin on liitetty esimerkkiyritys, jonka avulla asioita pyritään havainnollistamaan. Kirja sisältää sekä oppi- että harjoitusmateriaalin. Harjoitustehtävät on tarkoitettu ratkaistaviksi kirjan sivuilla. Kuhunkin lukuun liittyvät tehtävät on sijoitettu kyseisen luvun loppuun.

Kaikkien tehtävien ratkaisut ovat saatavissa Sanoma Pro:n verkkosivuilta osoitteesta www.sanomapro.fi.

Saamistamme neuvoista ja kannanotoista esitämme vilpittömät kiitokset. Suomen tietokirjailijat ry:tä kiitämme tämän oppikirjan uudistamistyöhön saamistamme apurahoista.

Elokuussa 2017

Tekijät

Sisältö

1. Tuotot ja kustannukset 5

Tehtävät 11

2. Kustannusten muodostuminen 21

Arvonlisäveron vaikutus laskelmiin 22
Ainekustannukset 23
Palkka- ja henkilösivukustannukset 25
Liiketoiminnan muut kustannukset 26
Pääomakustannukset 27
Poistot 27
Korot 28
Tehtävät 31

3. Katetuotto ja kannattavuus 45

Katetuotto ja tulos 46
Katetuottoprosentti 47
Kriittinen piste 48
Varmuusmarginaali 49
Graafinen tarkastelu 50
Katetuotto monituoteyrityksessä 52
Tehtävät 55

4. Hinnoittelu 81

Katetuottohinnoittelu 83
Arvonlisäveron laskeminen tuotteen loppuhinnasta 85
Arvonlisäveron tilittäminen valtiolle 86
Hinnoittelukerroin 86
Hinnoittelualue 87
Erilaisia hinnoittelumenetelmiä 88
Tuoteryhmäkohtainen hinnoittelu 89
Tuotemäärä- ja ostomääräkohtainen hinnoittelu 90
Psykologinen hinnoittelu 90
Maantieteellinen hinnoittelu 91
Alennusten huomioonotto hinnoittelussa 92
Hävikki 94
Tehtävät 97

5. Kannattavuuden parantaminen 109

Kapasiteetti, toiminta-aste ja toimintasuhde 110
Kannattavuuden parantamisen menetelmät 111
Myyntimäärän lisäys 111
Myyntihinnan nostaminen 112
Kustannusten alentaminen 112
Kapasiteetin sopeuttaminen 113
Tehtävät 115

6. Rahan tarve yrityksessä 133

Mihin rahaa tarvitaan 134
Mistä rahaa saadaan 135
Rahoituksen kustannukset 137
Omavaraisuusaste 138
Tehtävät 141

7. Rahan tehokas käyttö 145

Kassaanmaksut myynneistä 146
Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika 149
Varastot 150
Ostovelat 152
Ostovelkojen keskimääräinen maksuaika 152
Käyttöpääoma 153
Muita maksuvalmiuden tunnuslukuja 155
Tehtävät 158

8. Budjetointi 171

Pääbudjetit 173
Osabudjetit 173
Myyntibudjetti 174
Tuotekohtainen myyntibudjetti 174
Markkinointikustannusten budjetti 176
Ostobudjetti 176
Varastobudjetti 177
Hallintokustannusten budjetti 177
Investointibudjetti 177
Pääbudjettien laadinta 177
Kuvaruutu Oy:n rahoitusbudjetti 180
Budjettitarkkailu 182
Esimerkkitapaus budjettipoikkeamasta 182
Arvonlisävero budjetoinnissa 184
Erilaisia budjetointitapoja 186
Tehtävät 189

Laskelmia liiketoimintasuunnitelmaan 204

Osoitteita ja tietolähteitä liiketoiminta-suunnitelman laatimisen avuksi 207

Hakemisto 208

1. Tuotot ja kustannukset

Tässä luvussa opitaan yrityksen taloushallinnossa yleisesti käytettäviä termejä. Taloushallinnolla on yrityksessä kaksi päätehtävää: se laatii yrityksen omaa toimintaa koskevat kustannus- ja kannattavuuslaskelmat ja toisaalta yrityksen kirjanpidon omia ja ulkopuolisia tahoja varten.

Yrityksen omaa toimintaa varten tehtävissä laskelmissa pyritään löytämään yrityksen kannalta parhain toteuttamisratkaisu eri toimintoihin.

Opiskeltuasi tämän luvun tiedät, mitä seuraavat ilmaisut tarkoittavat:

- **muuttuva kustannus**
- **kiinteä kustannus**
- **kokonaiskustannus**
- **tuotto**
- **tulos**
- **suorite**
- **tuotannontekijä.**

Jäätelökioski MIC (Matti´s Ice Cream)

Jari hei! Voisitko neuvoa minua, pyysi Matti merkonomin opintoja päättämässä olevalta isoltaveljeltään. Neuvoa Matti tarvitsikin, sillä hän oli päättänyt perustaa kesäksi jäätelökioskin.

Kuultuaan Matin suunnitelmista Jari päätti kertoa hänelle muutamia perusasioita koulussa oppimastaan:
Sinulla on hyvä idea, mutta oletko varmasti pohtinut esimerkiksi seuraavia asioita?
– Kuinka paljon sinulle muodostuu kuukausittain kiinteitä kustannuksia?
– Mitä ihmeen kiinteitä kustannuksia, tokaisi Matti.
– **Kiinteät kustannukset** ovat sellaisia kustannuksia, jotka pysyvät samana myyt sitten yhden, viisikymmentä tai sata annosta jäätelöä päivässä. **Muuttuvat kustannukset** taas muuttuvat sen mukaan, miten paljon jäätelöä myyt.
– Ahaa, oivalsi Matti. Täytyykin heti opetella perustermit, jotta ymmärtää paremmin mitä kaupallisella alalla puhutaan.
– Sinun tapauksessasi kiinteä kustannus olisi esimerkiksi kioskipaikan ja kioskin vuokra. Nehän sinä joudut joka tapauksessa maksamaan satoi tai paistoi, myit vähän tai paljon. Myytäväksi tilaamasi jäätelöt ovat muuttuvia kustannuksia, koska itse päätät, paljonko jäätelöä tilaat ja milloin. Jos tilaat vähän, sinulla on vähän muuttuvia kustannuksia, mutta jos tilaat paljon, muuttuvia kustannuksia on paljon.

No mutta tämähän on ihan selvä asia: kiinteät kustannukset pysyvät kiinteinä kuukaudesta toiseen, muuttuvat kustannukset muuttuvat sen mukaan miten yritys toimii. Aurinkoisena kuukautena myydään paljon jäätelöä, joten muuttuvat kustannukset muodostuvat suuremmiksi, mutta sateisena kuukautena myydään vähän, ja silloin muuttuvat kustannukset jäävät pienemmiksi. Selvä juttu.

Kokonaiskustannukset taas saadaan laskemalla muuttuvat kustannukset ja kiinteät kustannukset yhteen. Siksi kokonaiskustannukset vaihtelevat euromääräisesti yhtä paljon kuin niihin sisältyvät muuttuvat kustannukset.

Kustannusten kattamiseen tarvitaan tuottoja. **Tuotto** syntyy siitä, että asiakas maksaa yritykselle saamastaan tuotteesta tai palvelusta. Jos ei ole maksavia asiakkaita, ei yrityksellä ole tuottojakaan.

Matti ja Jari päättivät tehdä laskelman tulevan kesän tuotoista ja kustannuksista:

Matti´s Ice Creamin tuotot ja kustannukset kesä-elokuu:

Myyntituotot	8 100
Tuotot yhteensä	**8 100**
Kustannukset	
Muuttuvat kustannukset:	
Myytäväksi hankittavat jäätelöt	3 000
Kiinteät kustannukset:	
Jäätelökioskin vuokra (sisältää kioskikopin, pakastimet ja kassakoneen)	1 050
Hinnastot, kassakonenauhat, konttoritarvikkeet	450
Ilmoituskustannukset paikallislehdessä	450
Tilitoimiston palkkiot kirjanpidon hoitamisesta	300
Sähkö	150
Kustannukset yhteensä	**5 400**

Matin **tulos** koko kesän toiminnasta olisi tällöin:

Tuotot	8 100
– Kustannukset	5 400
= Tulos	2 700

Nyt saadussa 2 700 euron tuloksessa ei ole kuitenkaan otettu huomioon vielä Matin oman työn arvoa eli sitä työpanosta, jonka Matti yrityksensä eteen tekee. Tämän työpanoksen rahallinen arvo on otettava huomioon, jotta saadaan selville yritystoiminnan todellinen tulos. Ajatellaan, että Matti laskee oman työnsä arvoksi 800 euroa kuukaudessa eli 2 400 euroa koko kesän osalta. Tällöin Matin todellinen tulos kesän liiketoiminnasta on:

Tulos ilman oman työn arvoa	2 700
– Oman työn arvo	2 400
= Todellinen tulos (voitto)	300

– Voi olla, että kesä on hyvin aurinkoinen ja saat paljon paremmankin tuloksen. Mutta voi olla, että kesä on sateinen. Tällöin voittosi yrittäjänä jää hyvin pieneksi – eikä tulos ole välttämättä voitolla vaan tappiolla. Se on se riski, mikä yritystoimintaan liittyy. Mutta sellaisessakin tilanteessa olet saanut ainakin arvokkaan ja opettavaisen kokemuksen, kannusti Jari veljeään yrittäjyyteen.

– Jummi jammi! Kyllä minä tästä voittoa teen, satoi tai paistoi, uhkui Matti yrittämisen intoa.

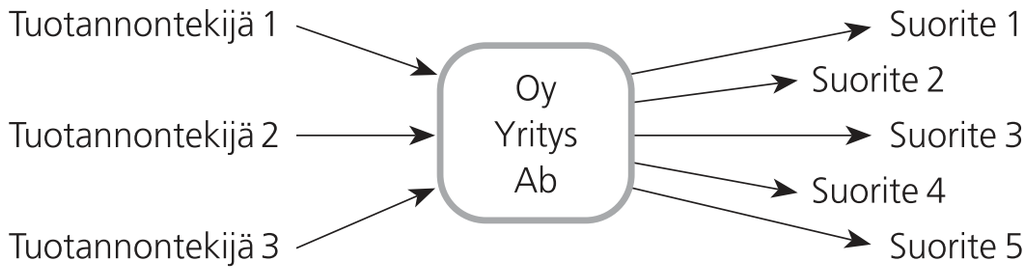
Jari halusi Matin tiedostavan vielä pari perusasiaa: mitä tarkoittavat yrityksen kannalta **tuotannontekijä** ja **suorite**.

– Tuotannontekijöitä tarvitaan suoritteiden aikaansaamiseksi. Tuotannontekijöitä ovat esimerkiksi raaka-aineet, puolivalmisteet, koneet ja laitteet. Myös henkilökunnan työsuoritukset ja yrityksen ulkopuolelta ostetut palvelut ovat tuotannontekijöitä. Yrityksen ulkopuolelta ostettuja palveluita ovat esimerkiksi tilitoimiston palvelut, mainostoimistopalvelut ja lakiasiainpalvelut.

– Suoritteet ovat yrityksen myymiä tuotteita. Ruokakaupan suoritteita ovat myytävänä olevat elintarvikkeet ja kodinkoneliikkeen suoritteita esimerkiksi tv:t, videot ja stereot. Erilaiset myytävät palvelut ovat myös suoritteita: vartiointiliikkeen suoritteita ovat vartiointipalvelut ja parturin suorite on tukan leikkuu. Sinulla suorite on siten kioskista myymäsi jäätelöt, Jari opetti.

Nyt Matille selvisi, mistä yritystoiminnassa on perimmältään kyse:

Yritystoiminnan tavoitteena on hankkia mahdollisimman edullisesti tuotannontekijöitä, muodostaa niistä asiakkaiden haluamia tuotteita tai palveluita ja myydä nämä markkinoilla mahdollisimman hyvään hintaan.



Matti tiivisti saamansa opin: hänen tapauksessaan suorite olisi myytävä jäätelö. Tuotannontekijöitä olisivat tukkuliikkeestä ostetut jäätelölaatikot, hänen vuokraamansa kioski, pakastin, kassa ja säilytyskaappi, hänen oma työpanoksensa sekä yrityksen mainoslehtisiin ja ilmoituksiin käyttämät markkinointikustannukset.

Tuotannontekijät eivät ole ilmaisia, vaan niiden käytöstä täytyy maksaa. Näitä tuotannontekijäkorvauksia kutsutaan yrityksen kustannuksiksi. Tuotto taas syntyy suoritteiden myynnistä, ja kun tuottoja on enemmän kuin kustannuksia, yritys tekee voittoa.

Tuotto	on se rahamäärä, mikä tuotteesta tai palvelusta myytäessä saadaan. Yrityksen kokonaistuotot ovat yrityksen myymistä tuotteista tai palveluista (eli suoritteista) saadut tuotot tiettynä ajanjaksona.
Kustannus	aiheutuu tuotannontekijän käytöstä. Rahamääräisenä kustannus saadaan kertomalla tuotannontekijän määrä tuotannontekijän yksikköhinnalla.
Muuttuvat kustannukset	muodostuvat sen mukaan, kuinka paljon tuotetta valmistetaan tai myydään.
Kiinteät kustannukset	ovat olemassa tuotteen tuotanto- tai myyntimäärästä riippumatta.
Kokonais-kustannukset	saadaan laskemalla yhteen muuttuvat kustannukset ja kiinteät kustannukset.
Tulos	saadaan vähentämällä yrityksen tuotoista yrityksen kustannukset.
Tuotannontekijä	Tuotannontekijöitä ovat esimerkiksi raaka-aineet, työsuoritukset ja ostetut palvelut. Yrityksen myymä suorite saadaan muodostettua erilaisten tuotannontekijöiden avulla.
Suorite	on yrityksen myymä tavara tai palvelu.

Testaa tietosi: 10 kysymystä

		Oikein	Väärin
1.	Kirjakaupan myymälätilan vuokra on kiinteä kustannus.		
2.	Kirjakaupalle muuttuvia kustannuksia ovat myytävänä olevat kirjat ja postikortit.		
3.	Joka ilta sulkemisen jälkeen kirjakaupassa siivotaan. Nämä siivouskustannukset ovat yritykselle muuttuvia kustannuksia.		
4.	Kirjakaupan kokonaiskustannukset saadaan laskemalla yhteen muuttuvat kustannukset ja myyntituotot.		
5.	Kun myytyjen kirjojen hinnoista vähennetään samojen kirjojen muuttuvat kustannukset, saadaan selville myyntituotot.		
6.	Kirjakaupan tulos saadaan vähentämällä myyntituotoista muuttuvat kustannukset.		
7.	Kirjakaupan kiinteät kustannukset kasvavat, jos kirjakaupan myymälätilan vuokra nousee.		
8.	Kirjatukusta ostetut kirjat, henkilökunnan työpanos ja myymälätilan vuokra ovat kirjakaupan tuotannontekijöitä.		
9.	Suoritteita ovat esimerkiksi kirjakaupan omassa käytössä olevat kirjahyllyt.		
10.	Kirjakaupan kustannukset syntyvät erilaisten tuotannontekijöiden käytöstä.		

Tehtävät

1. MIC – Matti´s Ice Cream on kesä-, heinä- ja elokuun ajan toimiva jäätelökioski urheilukentän portin kupeessa. Matti myy kioskistaan jäätelöannoksia 1,35 euron hintaan. Tukkuliikkeestä ostetusta yhdestä isosta jäätelörasiasta tulee noin 200 myytävää jäätelöannosta. Tällaisesta isosta jäätelörasiasta Matti joutuu maksamaan tukkuliikkeelle 100 euroa. Yhteen asiakkaalle myytävään jäätelöannokseen kuluu siten jäätelöä noin 0,50 euron arvosta.

Kustannuksia Matille muodostuu seuraavista asioista:

Muuttuvat kustannukset:

Yhden myytävän jäätelöannoksen muuttuvat kustannukset	0,50

Kuukausikohtaiset kiinteät kustannukset:

Jäätelökioskin kuukausivuokra (sisältää kioskikopin, pakastimet ja kassakoneen)	350
Hinnastot, kassakonenauhat, konttoritarvikkeet	150
Ilmoituskustannukset paikallislehdessä	150
Tilitoimiston veloittama kuukausimaksu kirjanpidon hoitamisesta	100
Sähkö	50

Laske seuraaville sivuille Matti´s Ice Creamin tulos kesä-, heinä- ja elokuulta sekä koko kesän tulos yhteensä.

a. Kesäkuussa jäätelön myynti on ennakoitua parempi. Laske Matin jäätelökioskin tulos kesäkuulta, kun hän myy keskimäärin 76 jäätelöannosta päivässä.

Tuotot (30 päivää x 76 annosta x annoksen hinta 1,35 euroa) _____

Kustannukset:

Muuttuvat kustannukset:

_____ _____

Kiinteät kustannukset:

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____ _____

Kesäkuun tulos _____

b. Heinäkuu on tänä vuonna poikkeuksellisen sateinen, joten ihmiset syövät vähemmän jäätelöä kuin aurinkoisina päivinä. Heinäkuussa Matti myy keskimäärin 50 jäätelöannosta päivässä. Mikä on Matin liiketoiminnan tulos heinäkuulta?

Tuotot _____

Kustannukset:

Muuttuvat kustannukset:

_____ _____

Kiinteät kustannukset:

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____ _____

Heinäkuun tulos _____

c. Elokuu on tänä vuonna jotakuinkin odotusten mukainen; Matti saa myydyksi keskimäärin 70 jäätelöannosta päivässä. Koska alkukuun myynti oli hyvä, hän päätti pitää hintatason samana elokuun loppuun asti. Matti onnistui ennustamaan menekin hyvin: yhtään jäätelöä ei jäänyt elokuun lopussa varastoon. Mikä on tällöin elokuun tulos?

Tuotot _____

Kustannukset:

Muuttuvat kustannukset:

_____ _____

Kiinteät kustannukset:

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____ _____

Elokuun tulos _____

d. Millaiseksi muodostuu Matin koko kesän tulos?

Tuotot _____

Kustannukset:

Muuttuvat kustannukset:

_____ _____

Kiinteät kustannukset:

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____ _____

Koko kesän tulos _____

e. Jos Matti laskee oman työnsä kuukausikohtaiseksi arvoksi 800 euroa, paljonko Matin liiketoiminnan tulos on tällöin koko kesältä?

_____

_____

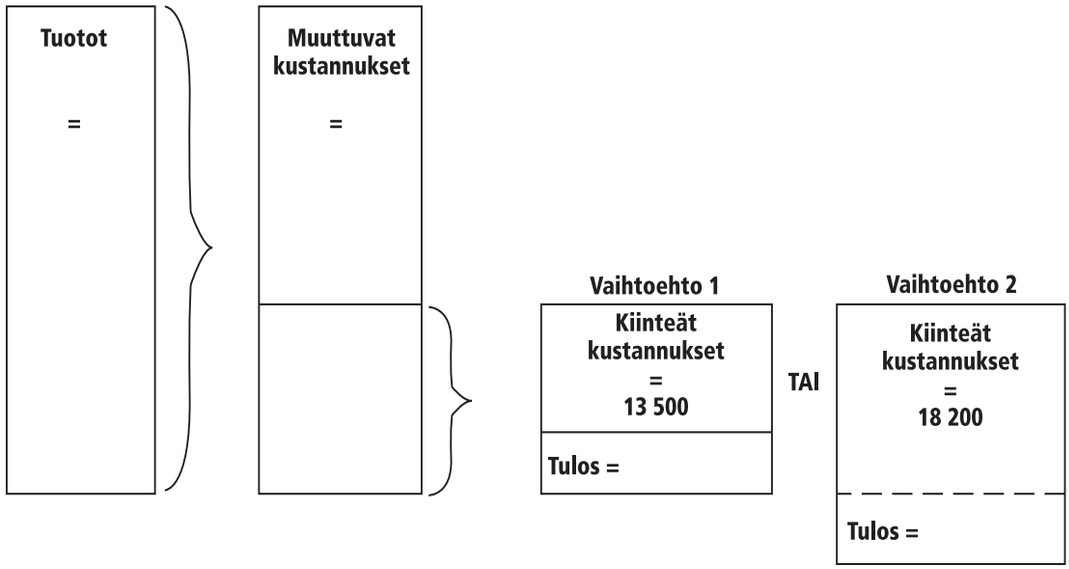
_____

f. Kannattiko Matin ryhtyä yrittäjäksi?

_____

_____

2. Yrityksen tuotot ovat 46 540 euroa ja muuttuvat kustannukset 28 750 euroa. Täydennä tiedot oheisiin laatikoihin ja laske tulokset (voitto tai tappio), kun kiinteät kustannukset ovat joko 13 500 euroa tai 18 200 euroa.



3. Luettele mitä muuttuvia ja kiinteitä kustannuksia alla olevilla yrityksillä on.

	Muuttuvat kustannukset	Kiinteät kustannukset
Vaatekauppa		
Hampurilaisravintola		
Parturi-kampaamo		

4. Mitkä ovat näiden yritysten tuotannontekijät ja suoritteet?

	Tuotannontekijät	Suoritteet
Vaatekauppa		
Hampurilaisravintola		
Parturi-kampaamo		

5. Yritys valmistaa puisia koriste-esineitä. Yhden valmistettavan koriste-esineen muuttuvat kustannukset ovat 1,65 euroa. Kiinteät kustannukset ovat 6 000 euroa.

a. Täydennä alla olevaan taulukkoon yrityksen kustannukset eri tuotantomäärillä:

Tuotantomäärä Kpl	Muuttuvat kustannukset	Kiinteät kustannukset	Kokonais-kustannukset
0			
500			
1 000			
1 500			
2 000			
2 500			
3 000			

b. Paljonko on yrityksen tulos, jos yritys saa myytyä koriste-esineitä 3 000 kpl 4,90 euron kappalehintaan?

Tuotot _____

– Muuttuvat kustannukset _____

– Kiinteät kustannukset _____

= Tulos _____

c. Entäpä jos yritys onnistuukin myymään koriste-esineitä vain 2 000 kpl?

Tuotot _____

– Muuttuvat kustannukset _____

– Kiinteät kustannukset _____

= Tulos _____

6. Yritys myy kolmea eri tuotetta.

a. Laske seuraavalle sivulle eri tuotteista muodostuvat tuotot ja kustannukset.

Tuote A:
- hankintahinta 4,25 euroa/kpl
- myyntihinta 6,59 euroa/kpl
- tuotetta myydään 735 kpl

Tuote B:
- hankintahinta 17,23 euroa/kpl
- myyntihinta 29,50 euroa/kpl
- tuotetta myydään 425 kpl

Tuote C:
- hankintahinta 11,48 euroa/kpl
- myyntihinta 19,95 euroa/kpl
- tuotetta myydään 547 kpl

Tuote A:

Tuotot _____

Muuttuvat kustannukset _____

Tuote B:

Tuotot _____

Muuttuvat kustannukset _____

Tuote C:

Tuotot _____

Muuttuvat kustannukset _____

b. Laske yrityksen tulos. Kiinteät kustannukset ovat yhteensä 12 400 euroa.

Tuotot _____

Muuttuvat kustannukset _____

Kiinteät kustannukset _____

Tulos _____

Muistiinpanoja:

2. Kustannusten muodostuminen

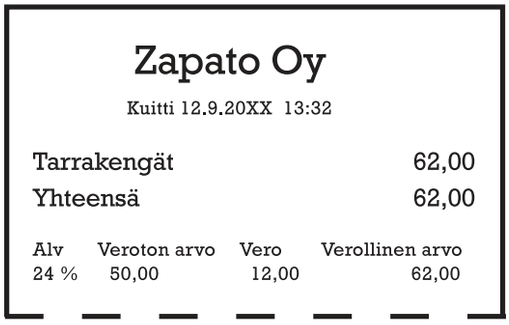
Tässä luvussa kerrotaan, minkälaisia muuttuvia ja kiinteitä kustannuksia yritystoiminnasta aiheutuu. Monet kustannukset ovat sellaisia, että niitä on lähes jokaisella yrityksellä. Tällaisia ovat esimerkiksi palkat ja vuokrat. Eroja yritysten välillä aiheutuu mm. siitä, onko yritys valmistusyritys, palveluyritys vai kauppaliike. Myös yrityksen toimialalla on merkitystä kustannusten syntymisessä.

Tämän luvun opiskeltuasi tiedät, mitä kustannuksia voi sisältyä

- **ainekustannuksiin**
- **työkustannuksiin**
- **pääomakustannuksiin**
- **muihin kustannuksiin.**

Arvonlisäveron vaikutus laskelmiin

Arvonlisävero (alv) on valtiolle maksettava kulutusvero, jonka tavaroita ja palveluja myyvät yritykset sisällyttävät hintoihinsa. Arvonlisäveron maksaja on tavaran tai palvelun lopullinen kuluttaja. Yrityksen tehtävänä on kerätä arvonlisävero ja tilittää se valtiolle. Tilitettävä määrä lasketaan myynnin arvonlisäveron ja omiin hankintoihin sisältyvän arvonlisäveron erotuksesta.



Zapato Oy

Kuitti 12.9.20XX 13:32

Tarrakengät	62,00
Yhteensä	62,00

Alv	Veroton arvo	Vero	Verollinen arvo
24 %	50,00	12,00	62,00

Myyntihintoihin sisältyvä arvonlisävero
– Omiin ostohintoihin sisältyvä arvonlisävero
= Valtiolle tilitettävä arvonlisävero

eli lyhyemmin

Myyntien alv
– Ostojen alv
= Tilitettävä alv

Kun lasketaan yrityksen tuottoja ja kustannuksia, niihin ei oteta mukaan arvonlisäveroa. Arvonlisävero on yritykselle vain läpikulkuerä, joka ei vaikuta sen tulokseen.

	Veroton arvo	Alv 24 %	Verollinen arvo
Kuukauden myynti	10 000	2 400	12 400
Kuukauden hankinnat:			
Tavaraostot	6 000	1 440	7 440
Toimistotarvikkeiden ostot	100	24	124
Mainonta	150	36	186
	6 250	1 500	7 750

Yrityksen tuotot ovat 10 000 euroa ja kustannukset 6 250 euroa.

Kuukaudelta tilitettävä arvonlisävero:

Myynteihin sisältyvä arvonlisävero	2 400
Hankintoihin sisältyvä arvonlisävero	– 1 500
Valtiolle tilitettävä arvonlisävero	900

Yleinen arvonlisävero on 24 %. Alennettuja verokantoja on esimerkiksi elintarvikkeilla 14 %, liikuntapalveluilla, kirjoilla, elokuvanäytöksillä ja henkilökuljetuksilla 10 %.

Pizzeria POLLO

Anna ja Ville ovat hiljattain avanneet suositulla ravintolakadulla Pizzeria Pollon. Ennen pizzerian avaamista Annalta ja Villeltä on kulunut paljon aikaa sopivan tilan etsimisessä, vuokrasopimuksen tekemisessä, pizzerian sisustuksen suunnittelussa sekä pöytien, tuolien, palvelutiskin, pizzauunin ja muiden kalusteiden ja laitteiden hankinnassa. Rahaa on kulunut paljon jo ennen ensimmäisenkään pizzan myyntiä. Hankintoihin käytetyt rahat ovat osittain peräisin Annan ja Villen sijoituksista yritykseen, osa on pankista saatua lainaa.

Annan ja Villen lisäksi yrityksessä on kaksi ulkopuolista työntekijää. Koska myös Anna ja Ville nostavat yrityksestä palkkaa, on palkkakustannusten osuus yrityksen kustannuksista huomattava. Toinen suuri kustannuserä koostuu pizzoihin käytettävistä raaka-aineista ja muiden myynnissä olevien tuotteiden kustannuksista. Liiketoiminnan muita kustannuksia ovat esimerkiksi pizzerian vuokra sekä erilaiset ulkopuolisten palvelujen aiheuttamat kustannukset.

Pizzeria Pollon tuotoista suurin osa kertyy pizzoista. Muita myytäviä tuotteita ovat salaatit, virvoitusjuomat ja jäätelöt.

Ainekustannukset

Ainekustannuksia ovat muun muassa:
- tuotteita valmistavien yritysten raaka-ainekustannukset
- kauppojen valmiina ostamien tavaroiden tavarakustannukset
- palveluyrityksien palvelun tuottamisesta aiheutuvat tarvikekustannukset
- tuotteiden pakkaustarvikekustannukset.

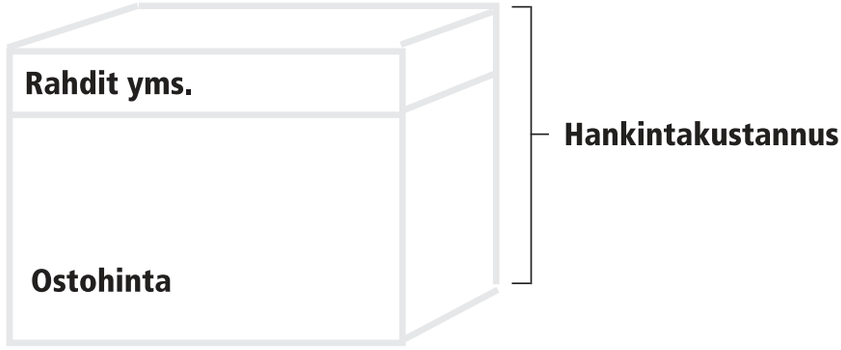
Ainekustannukset ovat sitä suuremmat, mitä enemmän tuotteita valmistetaan tai myydään, joten ne ovat luonteeltaan muuttuvia kustannuksia.

Pizzeriassa suurin osa ainekustannuksista syntyy pizzoihin käytettävistä kinkuista, juustoista, jauhoista ym. raaka-aineista. Ainekustannuksia aiheutuu myös pakkaustarvikkeista, kuten pahvilaatikoista, joihin noutopizzat pakataan. Myös virvoitusjuomien ja muiden myytäväksi hankittujen tuotteiden kustannukset ovat pizzerian ainekustannuksia.

Pizzeria Pollon kinkkupizzan raaka-ainekustannukset:

Kinkkukuutiot	0,70
Sinihomejuusto	0,50
Ananaskuutiot	0,30
Tomaattimurska	0,20
Juustoraaste	0,40
Jauho, hiiva, öljy, mausteet	0,10
Kustannukset yhteensä	2,20

Ainekustannuksia laskettaessa on ostohinnan lisäksi otettava mukaan hankinnasta aiheutuvat muut välittömät kustannukset. Näitä ovat esimerkiksi rahdit. Kun ne lisätään ostohintaan, saadaan hankintakustannus.



Eri aineiden käytön kustannukset voidaan selvittää jälkikäteen inventoimalla. Kun yrityksen tavaravarasto inventoidaan, katsotaan mitä tuotteita varastossa on ja miten paljon. **Inventoinnin** perusteella laaditaan inventaarioluettelo, johon merkitään tuotteiden määrät ja niiden hankintahinnat yksiköltä ja yhteensä. Inventaarioluettelon loppusumma kertoo varaston arvon inventointipäivänä. Kun laskujen perusteella tiedetään, paljonko aineita yritykseen on ostettu, ja inventoinnin perusteella, paljonko niitä on jäljellä, erotus kertoo käytettyjen aineiden määrän.

Pizzeria Pollon syyskuun ainekustannukset:

Varaston arvo kauden alussa	2 000
Ostot kauden aikana	+ 7 500
	9 500
Varaston arvo kauden lopussa	– 2 620
Ainekustannukset yhteensä	6 880

Ainekustannukset sisältävät myös hävikin. **Hävikkiä** aiheutuu aineiden pilaantumisesta, rikkoutumisista ja varkauksista. Hävikin johdosta yritykselle syntyy kustannuksia aineista tai tavaroista, joita ei ole koskaan myytykään.

Palkka- ja henkilösivukustannukset

Palkka- ja henkilösivukustannukset ovat työntekijöiden palkkaamisesta aiheutuvia kustannuksia. Niiden osuus yrityksen kustannuksista on usein suurin.

Palkkaustapoja on erilaisia. Palkka voi määräytyä esimerkiksi ennalta sovitun työajan mukaan, kuten kuukausi- ja tuntipalkka. Kuukausipalkka pysyy samana, vaikka tehty työaika tai työmäärä vaihtelisivat. Tuntipalkka on tuntia kohden sama, mutta vaihtelee tehtyjen työtuntien mukaan. Kuukausipalkka ja tuntipalkka ovat aikapalkkoja.

Urakkapalkassa työnantaja ja työntekijä sopivat ennakkoon jostakin työsuorituksesta, esimerkiksi kylpyhuoneen remontista, ja siitä maksettavasta urakkapalkasta. Urakkapalkka voidaan maksaa myös tietyn tuotemäärän, esimerkiksi kahdenkymmenen porrasmaton valmistamisesta. Työntekijä saa sovitun palkan riippumatta siitä, paljonko hän käytti aikaa mattojen tekemiseen.

Provisiopalkkausta käytetään yleisesti myyntityössä. Provisiopalkka voi olla joko kokonaisuudessaan tai osittain tietty sovittu prosenttiosuus myyjän aikaansaamista myynti- tai katetuotoista. Urakka- ja provisiopalkka ovat suorituspalkkoja.

Yksityisliikkeessä yrittäjä ei voi maksaa itselleen palkkaa, muissa yritysmuodoissa se on mahdollista mutta ei pakollista. Jos omistaja työskentelee yrityksessä eikä nosta sieltä itselleen palkkaa, pitäisi hänen yrityksen hyväksi tekemänsä työn arvo laskea yrityksen kustannukseksi. Jos näin ei menetellä, yrityksen voiton pitäisi olla niin suuri, että se kattaisi omistajan oman työn arvon ja antaisi riittävän tuoton omistajan yritykseen sijoittamille rahoille.

Henkilösivukustannukset ovat joko pakollisia tai vapaaehtoisia henkilökunnasta aiheutuvia kustannuksia. Lakisääteisiä henkilösivukustannuksia ovat muun muassa sairaus- ja loma-ajan palkat sekä sosiaalivakuutusmaksut. Lakisääteisten henkilösivukustannusten suuruus on noin 40 % työntekijöiden palkoista. Ne ovat muuttuvia tai kiinteitä kustannuksia sen mukaan, johtuvatko ne muuttuvista vai kiinteistä palkoista. Vapaaehtoisia henkilösivukustannuksia ovat esimerkiksi henkilökunnan virkistyskustannukset.

Pizzeria Pollon palkat ja henkilösivukustannukset olivat syyskuussa seuraavat:

Työntekijät		
Vakinaisen pizzaleipurin kuukausipalkka	1 700	
Osa-aikaisen tuntipalkka 30 h à 10 euroa	300	2 000
Henkilösivukustannukset:		
Sairausvakuutusmaksu	60	
Työeläkevakuutusmaksu (TyEL)	370	
Työttömyysvakuutusmaksu	20	
Tapaturma- ja ryhmähenkivakuutusmaksu	10	460
Omistajat		
Annan ja Villen palkat yhteensä		4 100
Henkilösivukustannukset:		
Sairausvakuutusmaksu	120	
Yrittäjäeläkevakuutusmaksu (YEL)	720	840
Palkat ja henkilösivukustannukset yhteensä		7 400

Liiketoiminnan muut kustannukset

Liiketoiminnan muut kustannukset ovat usein ulkopuolisten palvelujen aiheuttamia. Ne ovat yleensä kiinteitä kustannuksia.

Pizzeria Pollon liiketoiminnan muut kustannukset:

Pizzerian vuokra	1 400
Laitteiden ja kaluston kunnossapito	250
Tietoliikenne	100
Lähialueelle jaettavat mainokset	240
Toimistotarvikkeet	160
Matkakustannukset	200
Työvaatteet	270
Muut kustannukset	530
Kustannukset yhteensä	3 150

Pääomakustannukset

Pääomakustannuksia ovat muun muassa poistot, korot ja omaisuusvakuutusmaksut (esimerkiksi murto- ja palovakuutusmaksut). Pääomakustannukset ovat kiinteitä kustannuksia.

Poistot

Rakennukset, koneet, myymäläkalusto, konttorikalusto, autot jne. ovat pitkävaikutteisia tuotannontekijöitä, koska niitä käytetään toiminnassa useita vuosia. Muut tuotannontekijät ovat lyhytvaikutteisia. Pitkävaikutteisten tuotannontekijöiden hankintamenot jaetaan kustannuksiksi useampien vuosien osalle. Jakaminen tehdään poistojen avulla. Poisto-sana johtuu siitä, että kalusteiden, autojen ym. arvosta poistetaan vuosittain osa, toisin sanoen niiden arvoa alennetaan kulumisen ja vanhentumisen johdosta.

Pizzeria Polloon hankittujen tuolien, pöytien, pizzauunin, kassapäätteen yms. laitteiden ja kalusteiden hankintakustannukset olivat yhteensä 12 000 euroa. Niiden taloudelliseksi pitoajaksi arvioitiin kuusi vuotta.

Jos hankintakustannus jaetaan tasaisesti eri vuosille, on yhden vuoden kustannus eli poisto

$$\frac{12\,000}{6} = 2\,000 \text{ euroa.}$$

Kun hankintakustannuksista vähennetään aikaisempien vuosien poistot, jää jäljelle **menojäännös**.

	Poisto	Menojäännös
1. vuosi	2 000	12 000 – 2 000 = 10 000
2. vuosi	2 000	10 000 – 2 000 = 8 000
3. vuosi	2 000	8 000 – 2 000 = 6 000
4. vuosi	2 000	6 000 – 2 000 = 4 000
5. vuosi	2 000	4 000 – 2 000 = 2 000
6. vuosi	2 000	2 000 – 2 000 = 0

Laitteet ja kalusteet ostettiin ja maksettiin pizzerian perustamisvuonna. Ostovuoden, samoin kuin viiden seuraavan vuoden, kustannukseksi lasketaan vain poisto 2 000 euroa.

Jos kunkin vuoden poistot ovat yhtä suuret, on kysymyksessä **tasapoisto**. Poistomenetelmänä voidaan käyttää myös menojäännöspoistoa. Siinä poistot lasketaan tietyn poistoprosentin mukaan menojäännöksestä. Menojäännöksellä tarkoitetaan sitä hankintamenon osaa, josta on vähennetty aikaisempien vuosien poistot. Jos Pizzeria Pollon poistot olisi laskettu **menojäännöspoistoina** vaikkapa 25 %:n mukaan, poistot ja menojäännökset olisivat seuraavat (luvut on pyöristetty lähimpään euroon):

Pizzeria Pollon poistot menojäännöspoistoina 25 %:n mukaan.

	Poisto	Menojäännös
1. vuosi	25 % x 12 000 = 3 000	12 000 – 3 000 = 9 000
2. vuosi	25 % x 9 000 = 2 250	9 000 – 2 250 = 6 750
3. vuosi	25 % x 6 750 = 1 688	6 750 – 1 688 = 5 062
4. vuosi	25 % x 5 062 = 1 266	5 062 – 1 266 = 3 796
5. vuosi	25 % x 3 796 = 949	3 796 – 949 = 2 847
6. vuosi	25 % x 2 847 = 712	2 129 – 712 = 1 417

Menojäännöspoistossa ensimmäisen vuoden poisto on suurin ja poistot alenevat vuosittain.

Verotusta varten poistoille on ylärajat. Verotuksessa hyväksytään koneiden ja kalusteiden poistoksi korkeintaan 25 % niiden yhteisestä menojäännöksestä ja rakennusten poistoksi 4 tai 7 % käyttötarkoituksen mukaan.

Korot

Kun yritys perustetaan, voi kulua kuukausiakin, ennen kuin asiakkailta saadaan rahaa. Monia hankintoja joudutaan kuitenkin tekemään heti alussa. Toiminnan alkuvaiheessa yritykseen saadaankin yleensä rahaa omistajalta tai omistajilta. Omistajien sijoituksesta käytetään nimitystä **oma pääoma**. Yritys voi hankkia pääomaa myös lainaamalla rahaa. Pankeilta ja muilta ulkopuolisilta saatu luotto on **vierasta pääomaa** eli velkaa. Toimintaa laajennettaessa yritys joutuu usein ottamaan lisää lainaa tai turvautumaan omistajien lisäsijoituksiin.

Laina on maksettava takaisin lainaehtojen mukaisesti. Koska yritys joutuu maksamaan lainatun summan takaisin, laina ei ole yritykselle tuottoa eikä sen takaisinmaksu kustannus. Lyhennysten lisäksi lainasta on maksettava korkoa. Se

on korvausta luotonantajalle siitä, että se on antanut rahaa lainaksi. Korko on koron maksajalle kustannus.

Pizzeria Pollo lainasi pankilta toiminnan käynnistämiseen 40 000 euroa. Lainaehtojen mukaan lainaa lyhennetään kaksi kertaa vuodessa 5 000 euroa kerrallaan. Samalla maksetaan vuotuista korkoa 6 %. Ensimmäisen vuoden aikana Pizzeria Pollo maksoi pankille seuraavasti:

1. kerta	Lyhennys	5 000
	1/2 vuoden korko 40 000 eurosta	**1 200**
		6 200
2. kerta	Lyhennys	5 000
	1/2 vuoden korko 35 000 eurosta	**1 050**
		6 050

Kustannukset **2 250** euroa

Ensimmäisenä vuonna maksut pankille olivat yhteensä 12 250 euroa, joista koron osuus oli 2 250 euroa ja lyhennysten osuus 10 000 euroa. Korko on yritykselle kustannus, lainan lyhennys ei.

Omistajien sijoitukset eivät liioin ole tuottoja eivätkä niiden takaisinmaksut kustannuksia. Yritykset voivat kuitenkin laskea kustannukseksi omalle pääomalle lasketun koron. Perusteena on se, että omistajan yritykseen sijoittamat rahat ovat kiinni yrityksessä, eikä niitä ole korkoa tuottavasti sijoitettu minnekään muualle. Korkoprosenttina voi käyttää esimerkiksi lainan korkoprosenttia.

Arvonlisävero	on valtiolle maksettava kulutusvero, jonka tavaran ja palvelun lopullinen kuluttaja maksaa hinnassa.
Välitön kustannus	on tuotteen tai palvelun käytöstä aiheutuva kustannus.
Hävikki	aiheutuu yritykselle tuotteiden pilaantumisesta, rikkoutumisesta ja varkauksista.
Poisto	Rakennusten, koneiden ja kaluston hankintakustannukset jaetaan poistojen avulla kustannuksiksi useammalle vuodelle.
Lainan lyhennys	ei ole yritykselle kustannus, vaan se pienentää yrityksen velkaa eli vierasta pääomaa.

Testaa tietosi: 10 kysymystä

	Oikein	Väärin
1. Hankintamenoon sisältyy varsinaisen ostohinnan lisäksi myös muut hankinnasta aiheutuvat välittömät kustannukset.		
2. Inventaarioluetteloon merkitään ainoastaan varastosta puuttuvat tavarat.		
3. Hävikkiä aiheutuu esimerkiksi siitä, että tuotetta ei saada myytyä ennen tuotteeseen merkittyä viimeistä sallittua myyntipäivää.		
4. Urakkapalkka maksetaan työhön käytetyn ajan perusteella.		
5. Työeläke- ja työttömyysvakuutusmaksu ovat henkilösivukustannuksia.		
6. Poistot ovat muuttuvia kustannuksia.		
7. Lainan takaisinmaksu on yritykselle kustannus.		
8. Menojäännöspoistot alenevat vuosittain.		
9. Kun tappiollisen yrityksen omistaja sijoittaa siihen rahaa, yrityksen tulos paranee saman verran.		
10. Yksityisliikkeessä omistaja ei voi maksaa itselleen palkkaa.		

Tehtävät

1. Kalustehallissa myydään huonekaluja. Kaappeja on myynnissä kahta eri mallia, Classic ja Urban. Classic-kaapin myyntihinta on 372 euroa, arvonlisäveron osuus on siitä 72 euroa. Urban-kaapin myyntihinta on 310 euroa, josta arvonlisäveron osuus on 60 euroa. Ostohinnat olivat: Classic 217 euroa, josta arvonlisäveron osuus on 42 euroa, sekä Urban 186 euroa, josta arvonlisäveron osuus on 36 euroa.

Laske, paljonko yritykselle jää kaapeista niiden ostokustannusten vähentämisen jälkeen, kun kuukaudessa myytiin 7 Classic-kaappia ja 10 Urban-kaappia.

	Classic			Urban		
	Kpl	à	Yhteensä	Kpl	à	Yhteensä
Tuotot						
Kustannukset						

Tuotot yhteensä _____

Kustannukset yhteensä _____

Tulos _____

2. Kukkakaupan kuukausimyynti on ollut 26 800 euroa + alv. Kuukauden aikana hankitut kukat ovat maksaneet 13 900 euroa + alv. Kylmähuoneen jäähdytyksen korjaus on maksanut 350 euroa + alv, sähkölasku on ollut 70 euroa + alv ja pakkaustarvikkeista on maksettu 60 euroa + alv.

Täydennä alla oleva taulukko.

	Veroton arvo	Alv 24 %	Verollinen arvo
Kuukauden myynnit			
Kuukauden hankinnat:			

Kuukaudelta tilitettävä arvonlisävero:

Myynteihin sisältyvä arvonlisävero _____

Hankintoihin sisältyvä arvonlisävero _____

Valtiolle tilitettävä arvonlisävero _____

Kuukauden tuotot _____

Kuukauden kustannukset _____

Tulos _____

3. Alla on Lelukauppa Pikkutoukan inventointiluettelo.

a. Laske kesäkuun tavarakustannukset. Leluvarason arvo oli kesäkuun alussa 720 euroa ja heinäkuussa ostettujen lelujen arvonlisäveroton arvo laskujen mukaan 8 600 euroa.

Inventointiluettelo 30.6.

Nimike	Määrä	Yksikkö	Hankinta-kustannus	Yhteensä
Leikkiteltta	7	kpl	24,00	168,00
Liukumäki	11	kpl	42,50	467,50
Pelisetti	8	kpl	11,80	94,40
Onki + 3 kalaa	9	kpl	9,60	86,40
Yhteensä				816,30

Tavarakustannukset 1.6.–30.6.

b. Heinäkuussa lelukauppaan ostettujen tavaroiden arvonlisäveroton arvo oli 8 950 euroa. Ostohinnat olivat ennallaan. Laadi inventointiluettelo valmiiksi ja laske heinäkuun tavarakustannukset.

Inventointiluettelo 31.7.

Nimike	Määrä	Yksikkö	Hankinta-kustannus	Yhteensä
Leikkiteltta	4	kpl		
Liukumäki	5	kpl		
Pelisetti	3	kpl		
Onki + 3 kalaa	8	kpl		
Yhteensä				

Tavarakustannukset 1.7.–31.7.

4. Artun varaosaliikkeen vuoden ostot olivat 45 000 euroa. Vuoden lopussa Arttu inventoi jäljellä olevan varaston ja sai sen arvoksi 6 700 euroa.

a. Laske vuoden ainekustannukset, kun vuoden alussa varaston arvo oli 6 200 euroa (kaikki luvut ovat ilman arvonlisäveroa).

b. Arttu arvioi vuoden hävikiksi 3 500 euroa. Laske paljonko ainekustannukset olisivat olleet ilman häviköä.

5. Pinja työskenteli myyjänä paikallisessa urheilutarvikeliikkeessä. Hänen kuukausipalkkansa oli 1 675 euroa kuukaudessa. Lisäksi hän sai 2,5 prosentin provision edellisenä kuukautena aikaansaamastaan arvonlisäverottomasta myynnistä.

Pinjan myynti ilman arvonlisäveroa oli toukokuussa 9 274 euroa, kesäkuussa 11 789 ja heinäkuussa 13 112 euroa.

Kuinka suuren palkan Pinja sai

kesäkuussa: _____

heinäkuussa: _____

elokuussa: _____

6. Jarmo työskenteli paikallisen marketin elintarvikeosastolla tuntipalkalla. Koska Jarmo on opiskelija, oli hän sopinut kauppiaan kanssa työskentelevänsä viikoittain vähintään 15 mutta enintään 30 tuntia klo 08.00–18.00 välisinä aikoina.

a. Paljonko oli Jarmon tuntipalkka, kun hän sai harjoittelijana 85 % 10,16 euron tuntipalkasta?

_____

b. Laske, paljonko Jarmo ansaitsee palkkaa seuraavalta kahden viikon jaksolta, kun hän työskentelee seuraavat ajanjaksot:

Viikko 1	Toteutunut työaika	Työssäoloaika	Palkka
Maanantai	08.30–12.00	_____	_____
Tiistai	09.10–11.50	_____	_____
Keskiviikko	08.55–12.15	_____	_____
Torstai	12.45–17.35	_____	_____
Perjantai	10.05–15.55	_____	_____
Työssäoloaika ja palkka yhteensä		_____	_____

Viikko 2	Toteutunut työaika	Työssäoloaika	Palkka
Maanantai	12.14–16.37	_____	_____
Tiistai	09.12–11.51	_____	_____
Keskiviikko	08.24–12.19	_____	_____
Torstai	10.03–12.22 ja 15.01–17.53	_____	_____
Perjantai	08.49–11.16 ja 14.28–17.44	_____	_____
Työssäoloaika ja palkka yhteensä		_____	_____

Palkka yhteensä viikoilta 1 ja 2: _____

c. Paljonko Jarmo olisi saanut palkkaa näiltä kahdelta viikolta, jos harjoitteluajanjakso olisi jo ollut suoritettuna ja hän olisi saanut palkkaa 10,16 euroa tehdyltä työtunnilta?

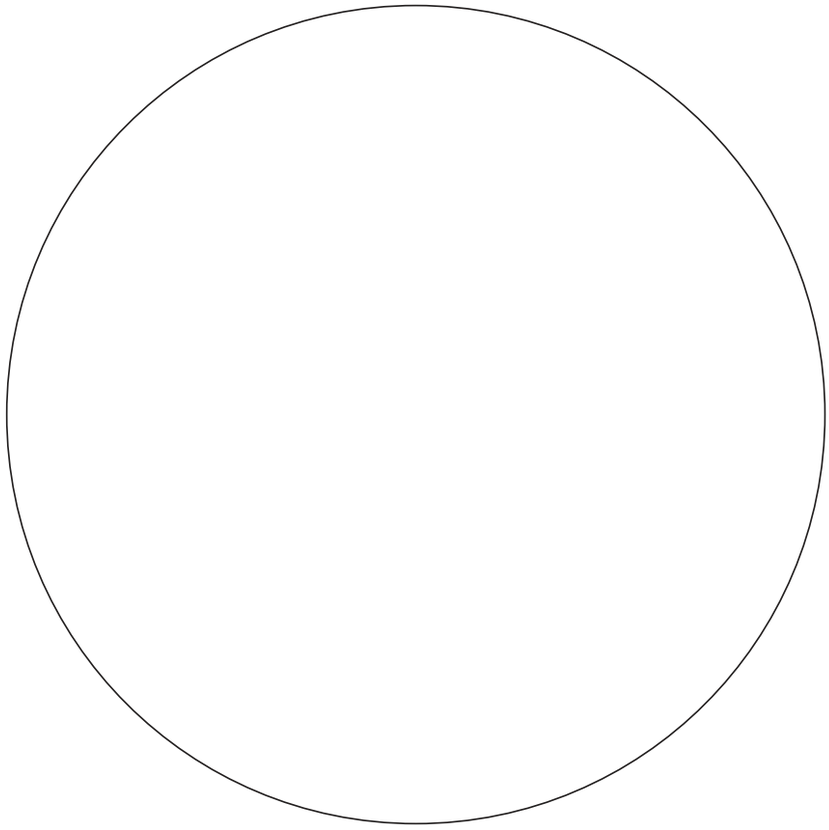
_____

7. Aiemmin on kirjassa käsitelty Pizzeria Pollon kustannuksia syyskuulta.

a. Siirrä luvut taulukkoon, laske kustannusten yhteismäärä ja kunkin kustannuslajin prosentuaalinen osuus kokonaiskustannuksista.

	Kustannukset	
	Euroa	%
Ainekustannukset		
Työkustannukset		
Vuokrakustannukset		
Muut kustannukset		
Yhteensä		

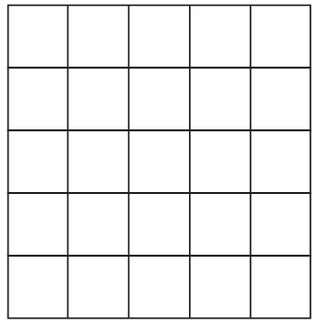
b. Rajaa alla olevasta ympyrästä lohkot kullekin kustannuslajille niiden osuuksien mukaisesti ja merkitse lohkoon kustannuslaji sekä sen osuus kokonaiskustannuksista.



8. a. Tehtaalle suunniteltiin hankittavaksi uutta konetta, jonka hankintameno olisi 25 000 euroa. Koneen taloudelliseksi pitoajaksi arvioidaan viisi vuotta. Paljonko on poisto ja menojäännös eri vuosina, kun käytetään tasapoistoa? Piirrä myös kuvioina poiston suuruus ja menojäännös eri vuosina.

Lähtötilanne:

Hankintameno 25 000 euroa

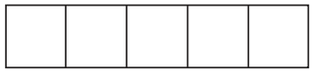


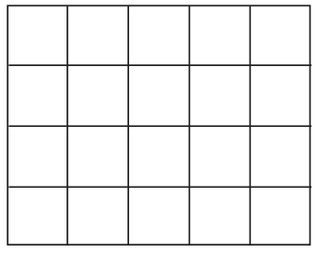
1. vuoden poisto

Euroissa

Menojäännös

Kuviona





2. vuoden poisto

Euroissa

Menojäännös

Kuviona

3. vuoden poisto

Euroissa

Menojäännös

Kuviona

4. vuoden poisto

Euroissa | Menojäännös

Kuviona

5. vuoden poisto

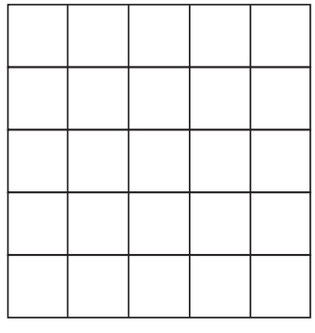
Euroissa | Menojäännös

Kuviona

b. Entäpä jos käytetään 25 %:n menojäännöspoistoa?

Lähtötilanne:

Hankintameno 25 000 euroa

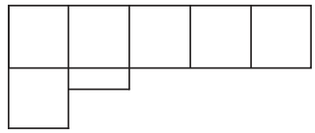


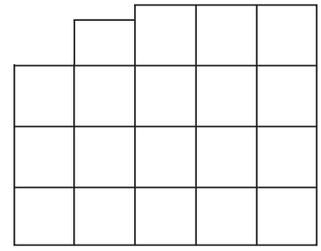
1. vuoden poisto

Euroissa

Menojäännös

Kuviona





2. vuoden poisto

Euroissa

Menojäännös

Kuviona

3. vuoden poisto

Euroissa

Menojäännös

Kuviona

4. vuoden poisto

Euroissa

Menojäännös

Kuviona

5. vuoden poisto

Euroissa

Menojäännös

Kuviona

9. a. Jussi tekee Internet-sivuja yrityksille. Niiden tekemistä varten hän on ostanut tietokonelaitteiston, jonka hinta ilman arvonlisäveroa on 3 500 euroa. Laske tietokoneen poistot ja menojäännökset, jos Jussi käyttää laskelmissa tasapoistoa ja jakaa hankintamenon viidelle vuodelle.

	Poisto	Menojäännös
1. vuosi	_____	_____
2. vuosi	_____	_____
3. vuosi	_____	_____
4. vuosi	_____	_____
5. vuosi	_____	_____
Poistot yhteensä	_____	
Menojäännös 5. vuoden lopussa		_____

b. Jussi laskee poistot 25 %:n menojäännöspoistoin.

	Poisto	Menojäännös
1. vuosi	_____	_____
2. vuosi	_____	_____
3. vuosi	_____	_____
4. vuosi	_____	_____
5. vuosi	_____	_____
Poistot yhteensä	_____	
Menojäännös 5. vuoden lopussa		_____

10. Janne lainaa vuoden alussa pankista 10 000 euroa. Lainan korkoprosentti on 7. Janne lyhentää lainaa vuoden lopussa 2 000 euroa.

a. Laske ensimmäisen vuoden korkokustannukset.

b. Laske ensimmäisen vuoden korkokustannukset, jos Janne lyhentää lainaa puolivuosittain 1 000 euroa.

c. Laske ensimmäisen vuoden korkokustannukset, jos Janne lyhentää lainaa neljännesvuosittain 500 euroa kerrallaan.

11. Harry´s coffee shop on saanut toimintaansa varten pankista lainaa 40 000 euroa 6 %:n vuotuisella korolla. Laina on nostettu vuoden alussa ja sitä lyhennetään vuosittain 8 000 euroa vuoden lopussa ja samalla maksetaan myös korko. Harry itse on sijoittanut yritykseen 10 000 euroa. Espressokeittimen, monitoimikoneen, kylmiön, työpöytien ja muiden kalusteiden hankintameno oli yhteensä 36 000 euroa. Kaluston poisto tehdään 25 prosentin menojäännöspoistona. Laske coffee shopin ensimmäisen toimintavuoden kustannukset, kun lisäksi tiedetään seuraavaa:

Kahvit, leivonnaiset ym. ainekustannukset olivat 3 700 euroa/kk
Apulaisen palkka 1 500 euroa/kk
Apulaisen palkan henkilösivukustannukset olivat 40 % palkasta
Vuokra 1 000 euroa/kk
YEL 400 euroa/kk
Toimisto, puhelin, sähkö 800 euroa/kk
Markkinointi 400 euroa/kk
Harry laskee oman työnsä arvoksi 2 300 euroa/kk

3. Katetuotto ja kannattavuus

Tässä luvussa käsitellään katetuottolaskentaan liittyviä asioita. Katetuottolaskennan avulla yritys voi seurata kannattavuuttaan ja miettiä keinoja kannattavuutensa parantamiseksi.

Katetuottolaskennassa oletetaan, että muuttuvat kustannukset pysyvät samoina yksikköä kohti, vaikka myynnin määrä muuttuisikin kuukaudesta toiseen. Myös kiinteiden kustannusten yhteismäärä oletetaan samaksi, vaikka myyntimäärä vaihtelisi eri kuukausina.

Tämän luvun opiskeltuasi tiedät mitä tarkoittaa

- **katetuotto**
- **katetuottoprosentti**
- **kriittinen piste**
- **varmuusmarginaali**

ja mitä kertoo

- **kannattavuuskuvio**
- **katetuottokuvio.**

Skate-Corner Oy

Skate-Corner Oy on muutaman kuukauden ajan toiminut yritys, joka myy rullalautoja. Myöhemmin on tarkoitus ottaa myyntiin myös rullaluistimia sekä talveksi lumilautoja. Omistajan, Sami Aallon lisäksi liikkeessä on töissä Samin ystävä Saku. Sami seuraa kuukausittain yrityksen myynnin ja kustannusten kehitystä. Sami tietää , että kovin pitkään hän ei voi jatkaa toimintaa, jos hän ei saa yritystään kannattamaan ja tuottamaan voittoa.

Katetuotto ja tulos

Kannattavuutta tarkasteltaessa laaditaan usein katetuottolaskelma, josta näkyvät yrityksen katetuotto ja tulos. Katetuotto saadaan, kun myyntituotoista vähennetään muuttuvat kustannukset. Tulos saadaan, kun katetuotosta vähennetään kiinteät kustannukset. Katetuottoa ja tulosta laskettaessa arvonlisäveroa ei oteta huomioon.

Myyntituotot
– Muuttuvat kustannukset
= Katetuotto
– Kiinteät kustannukset
= Tulos (voitto tai tappio)

Katetuotolla yritys kattaa kiinteitä kustannuksia. Jos katetuotto on suurempi kuin kiinteät kustannukset, yritykselle syntyy voittoa. Päinvastaisessa tapauksessa syntyy tappiota. Yrityksen pitäisi näin ollen saada katetuottoa kiinteiden kustannusten ja voittotavoitteen verran.

Skate-Corner Oy:n katetuottolaskelma yhden kuukauden osalta on seuraava:

Myyntituotot rullalaudoista	120 kpl x 150		18 000
Muuttuvat kustannukset	120 kpl x 90		–10 800
Katetuotto	60		7 200
Kiinteät kustannukset			
Palkat		3 400	
Henkilösivukustannukset		1 000	
Vuokrat		700	
Mainonta		400	
Muut kiinteät kustannukset		500	–6 000
Voitto			1 200

Katetuoton yhteismäärän lisäksi laskelmasta näkyy myös tuotekohtainen katetuotto.

Katetuottoprosentti

Katetuottoprosentti kertoo, kuinka monta prosenttia katetuotto on myyntituotoista. Se lasketaan seuraavasti:

$$\text{Katetuotto-\%} = \frac{\text{Katetuotto}}{\text{Myyntituotot}} \times 100$$

Skate-Corner Oy:n katetuottoprosentti on

$$\frac{7\ 200}{18\ 000} \times 100 = 40\ \%.$$

Koska Skate-Corner Oy:n katetuottoprosentti on 40, jää 40 % myyntituotoista kattamaan kiinteitä kustannuksia ja voittoa.

Katetuottoprosentti voidaan laskea myös tuotekohtaisesti.

$$\text{Tuotteen katetuotto-\%} = \frac{\text{Katetuotto}}{\text{Myyntihinta}} \times 100$$

Rullalaudan katetuottoprosentti on

$$\frac{60}{150} \times 100 = 40\ \%.$$

Koska myynnissä on vain yhtä tuotetta, katetuottoprosentti myyntituotoista on sama kuin yksittäisen rullalaudan katetuottoprosentti. Jos yritys myy useampia tuotteita, joiden katetuottoprosentit vaihtelevat, katetuottoprosentti on pienempi kuin parhaan tuotteen katetuottoprosentti ja suurempi kuin huonoimman tuotteen katetuottoprosentti.

Eri tavaroiden katetuotoissa on huomattaviakin eroja. Elintarvikkeiden katetuottoprosentit ovat yleensä pienempiä kuin vaikkapa merkkivaatteiden, silmälasien ja kosmetiikan.

Mitä pienempi on yhdestä tuotteesta saatava katetuotto, sitä enemmän yrityksen on myytävä tietyn katetuoton saamiseksi.

Kriittinen piste

Kun yrityksen tuotot ovat suuremmat kuin sen kustannukset, syntyy voittoa. Kriittisellä pisteellä tarkoitetaan sellaista myyntiä, jonka toteutuessa tuotot ja kustannukset ovat yhtä suuret, joten ei synny voittoa eikä tappiota. Kriittisessä pisteessä jonkin yrityksen katetuottolaskelma voisi olla seuraava:

Myyntituotot	100 000
Muuttuvat kustannukset	–60 000
Katetuotto	**40 000**
Kiinteät kustannukset	**–40 000**
Tulos	0

Kriittisen pisteen myynnillä saadaan katetuottoa juuri kiinteiden kustannusten verran, mutta mitään ei jää voittoa varten. Kriittisessä pisteessä katetuotto ja kiinteät kustannukset ovat siis yhtä suuret.

Skate-Corner Oy:n kiinteät kustannukset ovat kuukaudessa 6 000 euroa, joten kriittisen pisteen myynnissä myös katetuottotarve on 6 000 euroa. Katetuottoa saadaan myyntituotoista 40 %. Kriittisen pisteen myynti saadaan etsimällä se luku, josta 40 % on 6 000 euroa.

$$\frac{100 \times 6\,000}{40} = 15\,000.$$

Jos Skate-Corner Oy:n myynti kuukaudessa olisi 15 000 euroa, sen tulos olisi nolla.

$$\text{Kriittinen piste (€)} = \frac{100 \times \text{Kiinteät kustannukset}}{\text{Katetuottoprosentti}}$$

Jos myynnissä on yhtä tuotetta, kriittinen piste voidaan ilmoittaa yksikköinä, esimerkiksi kappaleina, litroina tai metreinä myytävän tuotteen mukaan. Kun selvitetään yrityksen kiinteät kustannukset ja lasketaan yhden yksikön katetuotto, saadaan kriittisen pisteen myyntimäärä seuraavasti:

$$\text{Kriittinen piste (kpl)} = \frac{\text{Kiinteät kustannukset}}{\text{Katetuotto yksiköltä}}$$

Skate-Corner Oy saa yhden rullalaudan myynnistä 60 euroa katetuottoa, joten sen kriittisessä pisteessä lautojen myyntimäärä on

$$\frac{6\,000}{60} = 100.$$

Jos kuukauden myynti olisi 100 rullalautaa, ei syntyisi voittoa eikä tappiota eli tulos olisi nolla. Päivämyynnin osalta se tarkoittaa noin neljän laudan myyntiä.

Kriittisen pisteen myynnillä Skate-Cornerin katetuottolaskelma näyttää seuraavalta:

Myyntituotot	100 kpl à 150	15 000
Muuttuvat kustannukset	100 kpl à 90	–9 000
Katetuotto		6 000
Kiinteät kustannukset		–6 000
Tulos		0

Varmuusmarginaali

Jos yrityksen myynti laskee, tuloskin yleensä huononee. Jotta yrityksessä tiedettäisiin, paljonko myynti voi laskea ennen kuin toiminta muuttuu tappiolliseksi, voidaan laskea varmuusmarginaali. Varmuusmarginaali kertoo, mikä on yrityksen nykyisen myynnin ja kriittisen pisteen myynnin välinen ero.

Nykyinen myynti
– Kriittisen pisteen myynti
= Varmuusmarginaali

Varmuusmarginaali voidaan ilmoittaa, kuten kriittinen pistekin, sekä rahamääräisenä että yksikköinä.

Kun Skate-Corner Oy:n myynti on 18 000 euroa, on varmuusmarginaali:

euroina	18 000 euroa – 15 000 euroa = 3 000 euroa
kappaleina	120 lautaa – 100 lautaa = 20 lautaa.

Jos Skate-Corner Oy:n myynti laskisi kuukaudessa 3 000 euroa, mikä merkitsee 20 rullalaudan vähennystä kuukausimyyntiin, sen myynti olisi kriittisessä pisteessä.

Varmuusmarginaali voidaan ilmoittaa myös prosentteina nykyisestä tai suunnitellusta myynnistä.

$$\text{Varmuusmarginaali-\%} = \frac{(\text{Nykyinen myynti} - \text{Kriittisen pisteen myynti})}{\text{Nykyinen myynti}} \times 100$$

$$\text{Skate-Corner Oy} = \frac{(18\,000 - 15\,000)}{18\,000} \times 100 = 16{,}7\ \%.$$

Skate-Corner Oy:n myynti voi laskea 16,7 % ennen kuin toiminta muuttuu tappiolliseksi.

Varmuusmarginaali voi olla myös negatiivinen. Se kertoo, kuinka paljon myynnin on noustava ennenkuin päästään kriittiseen pisteeseen.

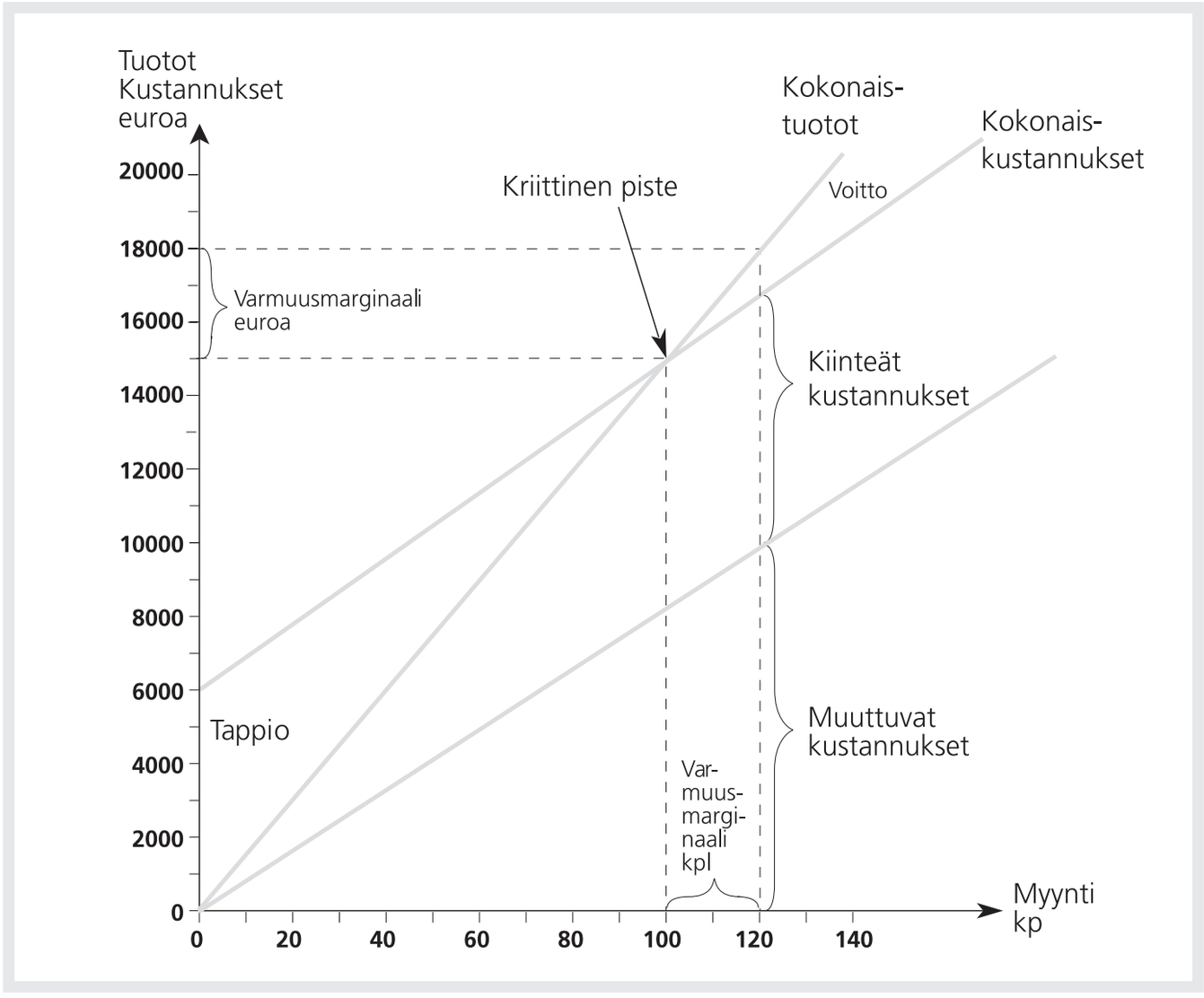
Graafinen tarkastelu

Kannattavuusajattelua voidaan havainnollistaa myös kannattavuuskuvion avulla. Siitä nähdään helposti, kuinka suuria tuotot ja kustannukset ovat eri myyntimäärillä. Kuvion vaaka-akselilla kuvataan myyntimäärää ja pystyakselilla tuottoja ja kustannuksia.

Kuviosta näkyvät erikseen muuttuvat ja kiinteät kustannukset. Jos myynti on nolla, myös muuttuvat kustannukset ovat nolla. Myyntimäärän kasvaessa muuttuvat kustannukset kasvavat. Muuttuvien kustannusten päälle on lisätty kiinteiden kustannusten ”viipale”, jolloin on saatu kokonaiskustannusten kuvaaja.

Kokonaistuottojen (myyntituottojen) suora alkaa nollapisteestä. Jos ei mitään myydä, ei myyntituottojakaan saada. Myynnin kasvaessa myös myyntituotot kasvavat.

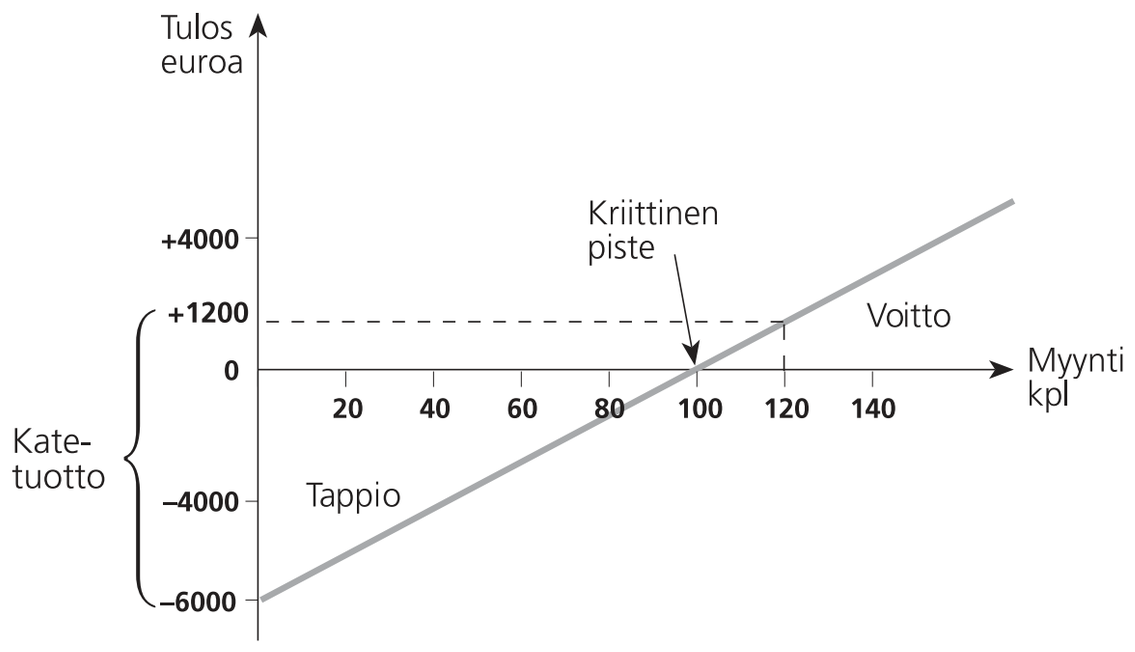
Skate-Corner Oy:n kannattavuuskuvio



Kokonaistuottojen suora leikkaa kokonaiskustannusten suoran kriittisessä pisteessä. Kriittisen pisteen myynti on 100 kappaletta tai 15 000 euroa. Kriittisen pisteen vasemmalla puolella kustannukset ylittävät tuotot, joten tulos on tappiota. Kriittisen pisteen oikealla puolella tuotot ylittävät kustannukset ja tulos on voittoa. Nykyinen myynti on 120 kappaletta. Kokonaistuotot tällä myyntimäärällä ovat 18 000 euroa ja kokonaiskustannukset 16 800 euroa. Voitto on näiden lukujen erotus eli 1 200 euroa. Vaaka-akselilla näkyy varmuusmarginaali kappaleina ja pystyakselilla euroina.

Kannattavuuskuvion asemesta tai sen lisäksi voidaan piirtää katetuottokuvio. Siinä on vaaka-akselilla myynti, kuten kannattavuuskuviossakin. Pystyakselilla on tuottojen ja kustannusten asemesta niiden erotus, voitto tai tappio.

Skate-Corner Oy:n katetuottokuvio



Kuvioon on merkitty ensimmäinen piste kohtaan, jossa myynti on nolla ja tulos täten tappiota kiinteiden kustannusten verran eli 6 000 euroa. Toiseksi pisteeksi on merkitty kriittisen pisteen myynti, jossa tulos on nolla. Yhdistämällä pisteet on saatu katetuottosuora. Kuviosta nähdään katetuotto ja tulos eri myyntimäärillä. Kun myynti on 120 rullalautaa, voitto on 1 200 euroa. Katetuotto on tällöin kiinteiden kustannusten ja voiton summa eli 6 000 + 1 200 = 7 200 euroa.

Katetuotto monituoteyrityksessä

Jos koko yrityksen kannattavuuden lisäksi halutaan laskea esimerkiksi eri tuoteryhmien tai osastojen kannattavuus, on niiden tuottoja ja kustannuksia seurattava erikseen. Osa kustannuksista on kuitenkin sellaisia, että ne ovat kaikkien tuotteiden tai osastojen yhteisesti aiheuttamia. Ne ovat **yhteiskustannuksia**, eikä niitä pyritäkään jakamaan tuote- tai osastokohtaisesti. **Erilliskustannuksia** ovat ne kustannukset, jotka ovat tietyn tuotteen tai osaston aiheuttamia ja joiden osalta jakaminen on helppoa.

Sami oli jo Skate-Corner Oy:n toimintaa suunnitellessaan päättänyt, että hän laajentaa myöhemmin tuotevalikoimaansa. Jo ensimmäisenä kesänä hän ottikin rullalautojen rinnalle myyntiin rullaluistimet ja talveksi lumilaudat.

Tutotteiden katetuotot olivat

	Rullalauta	Rullaluistin	Lumilauta
Myyntituotto	150	120	400
Hankintakustannus	–90	– 66	– 192
Katetuotto	60	54	208
Katetuottoprosentti	40 %	45 %	52 %

Ensimmäisenä toimintavuonna katetuottoa ja voittoa kertyi alla olevan mukaisesti.

	Rullalauta	Rullaluistin	Lumilauta	Yhteensä
Myynti	365 kpl	280 kpl	175 kpl	
Myyntituotot	54 750	33 600	70 000	158 350
Muuttuvat kustannukset	– 32 850	– 18 480	–33 600	– 84 930
Katetuotto	21 900	15 120	36 400	73 420
Kiinteät kustannukset				– 63 500
Voitto				9 920
Katetuottoprosentti	40 %	45 %	52 %	46,4 %

Katetuottoa on kertynyt yhteensä 73 420 euroa kattamaan yrityksen kiinteitä kustannuksia ja voittoa. Kun katetuotto lasketaan prosentteina myyntituottojen yhteismäärästä, saadaan keskimääräinen katetuottoprosentti.

$$\text{Keskimääräinen katetuotto-\%} = \frac{73\,420}{158\,350} \times 100 = 46{,}4\ \%.$$

Katetuottoa on kaikkien tuotteiden myynnistä kertynyt 46,4 %. Mitä suurempi osuus myynnistä on lumilautojen myyntiä, sitä korkeampi on keskimääräinen katetuottoprosentti, koska lumilautojen katetuottoprosentti on paras.

Jos yrityksessä on eri osastoja, voidaan katetuotto laskea myös osastokohtaisesti. Muuttuvien kustannusten lisäksi voidaan osastojen tuotoista vähentää

muitakin osaston omia kustannuksia, joita ovat esimerkiksi osaston työntekijöiden palkat henkilösivukustannuksineen. Myös vuokrat voidaan jakaa pinta-alojen perusteella osastoille ja poistot sen mukaan, paljonko osastolla on koneita ja kalusteita.

Katetuotto	on myyntituottojen ja muuttuvien kustannusten erotus, jolla yrityksen pitää kattaa kiinteät kustannukset ja voittotavoite.
Katetuotto-%	ilmoittaa, kuinka suuri osuus myyntituotoista jää kiinteitä kustannuksia ja voittoa varten.
Kriittinen piste	on myyntimäärä, jolla ei synny voittoa eikä tappiota eli tulos on 0.
Varmuusmarginaali	on toteutuneen myynnin ja kriittisen pisteen myynnin erotus.

Testaa tietosi: 10 kysymystä

	Oikein	Väärin
1.	Yrityksen tulos saadaan vähentämällä katetuotosta muuttuvat kustannukset.	
2.	Kriittisessä pisteessä katetuotto on yhtä suuri kuin kiinteät kustannukset.	
3.	Yhden tuotteen yrityksessä kriittisen pisteen kappalemäärä saadaan selville jakamalla kiinteät kustannukset tuotekohtaisella katetuotolla.	
4.	Kun myyntituotoista vähennetään kiinteät kustannukset, saadaan varmuusmarginaali.	
5.	Varmuusmarginaaliprosentti kertoo sen, montako prosenttia myynti voi laskea, ennen kuin yritystoiminta muuttuu tappiolliseksi.	
6.	Monituoteyrityksessä erilliskustannuksiksi kutsutaan niitä kustannuksia, joita ei voi jakaa tuote- tai osastokohtaisesti.	
7.	Yityksen tulos on nolla, jos muuttuvat kustannukset ovat yhtä suuret kuin kiinteät kustannukset.	
8.	Katetuotto ei sisällä arvonlisäveroa.	
9.	Jos kiinteät kustannukset laskevat, tarvitaan kriittisen pisteen saavuttamiseksi enemmän myyntiä.	
10.	Jos katetuottoprosentti kasvaa, niin kriittinen piste laskee.	

Tehtävät

1. Ossi myy akvaarioita. Vuoden aikana hän myi 900 akvaariota. Niiden myyntihinta oli 40 euroa ja ostohinta 26 euroa. Kiinteät kustannukset olivat 10 500 euroa.

a. Laadi katetuottolaskelma.

Myyntituotot	_____kpl	à	_____	_____
Muuttuvat kustannukset	_____kpl	à	_____	_____
Katetuotto	_____kpl	à	_____	_____
Kiinteät kustannukset				_____
Voitto				_____

b. Mikä on Ossin yrityksen katetuottoprosentti?

c. Mikä on yhden akvaarion katetuottoprosentti?

d. Kuinka monta prosenttia muuttuvat kustannukset ovat myyntituotoista?

e. Laadi Ossin katetuottolaskelma, jos myyntituotot ovat 38 000 euroa.

Myyntituotot	_____
Muuttuvat kustannukset	_____
Katetuotto	_____
Kiinteät kustannukset	_____
Voitto	_____

2. Lumiliito Oy myy lumilautoja. Marraskuussa myytiin 18 ja joulukuussa 23 lumilautaa. Lumilautojen myyntihinta on 500 euroa kappaleelta. Myymistään lumilaudoista yritys oli itse maksanut 300 euroa kappaleelta.

Kiinteistä kustannuksista tiedetään seuraavaa:
Palkat olivat 1 200 euroa kuukaudessa, vuokra 400 euroa kuukaudessa ja mainos-, puhelin- ym. kustannukset yhteensä 800 euroa kuukaudessa. Kaluston poisto kuukautta kohden oli 200 euroa.

a. Laadi Lumiliito Oy:n katetuottolaskelma marras- ja joulukuulta.

	Marraskuu	Joulukuu
Myyntituotot	_____	_____
Muuttuvat kustannukset	_____	_____
Katetuotto	_____	_____
Kiinteät kustannukset	_____	_____
Voitto	_____	_____

b. Laske katetuottoprosentti marras- ja joulukuulta.

c. Laske yhden lumilaudan katetuotto ja katetuottoprosentti.

d. Kuinka paljon Lumiliito Oy saisi katetuottoa 30 lumilaudan kuukausimyynnillä? Mikä olisi tällöin kuukauden voitto?

Katetuotto _____

Kiinteät kustannukset _____

Voitto _____

e. Jos myynti olisi vain 10 lumilautaa kuukaudessa, mikä olisi katetuotto ja tulos?

_____ _____

_____ _____

_____ _____

f. Mikä olisi katetuotto ja tulos 13 laudan kuukausimyynnillä?

_____ _____

_____ _____

_____ _____

3. Iiro perustaa yrityksen, T:mi Villisian, joka myy säästöpossuja. Iirolla oli 3 000 euroa pankkitilille kertyneitä säästöjä, jotka hän sijoitti yritykseen. Pankki lainasi lisäksi yritykselle toiset 3 000 euroa. Lainaaika sovittiin 6 vuodeksi, joista ensimmäinen on lyhennyksistä vapaa. Lainan korko on 8 %.

Alla ovat T:mi Villisian ensimmäisen toimintavuoden tapahtumat:

- Valmistajalta ostettiin 34 100 eurolla säästöpossuja.
- Liikehuoneiston vuokraa maksettiin 400 euroa kuukaudessa.
- Markkinointikustannukset olivat vuoden aikana 1 000 euroa.
- Sähkö-, puhelin-, kirjanpito- yms. kustannukset olivat vuoden aikana yhteensä 1 800 euroa.
- Myymäläkalustoa ostettiin 5 400 eurolla. Kalustomeno jaetaan kuudelle vuodelle tasapoistoin.
- Lainan korkoa maksettiin ajalta 1.1.–31.12.
- Oman työn arvoksi Iiro laski 1 000 euroa kuukaudessa.
- Vuoden aikana myytiin kaikki säästöpossut 62 000 eurolla.

a. Laadi T:mi Villisian katetuottolaskelma sen ensimmäiseltä toimintavuodelta.

Myyntituotot _____

Muuttuvat kustannukset _____

Katetuotto _____

Kiinteät kustannukset

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____ _____

Voitto _____

b. Laske T:mi Villisian katetuottoprosentti.

c. Laske säästöpossun myyntihinta ja ostohinta, kun vuoden aikana myytiin 31 000 säästöpossua.

d. Laske yhden säästöpossun katetuotto ja katetuottoprosentti.

e. Kuinka monta prosenttia säästöpossun muuttuvat kustannukset ovat sen myyntihinnasta?

4. Toisen toimintavuoden aikana T:mi Villisian tapahtumat olivat seuraavat: Iiro myi säästöpossuja yhteensä 70 000 eurolla, itse hän maksoi niistä 38 500 euroa. Liikehuoneiston vuokra oli sama 400 euroa kuukaudessa kuin edellisenäkin vuonna. Myös markkinointikustannukset olivat samat kuin edellisenä vuonna eli 1000 euroa. Puhelin-, sähkö-, kirjanpito- ym. kustannukset olivat ennallaan eli 1 800 euroa. Uutta kalustoa ei ostettu, joten poistoksi tuli sama summa kuin edellisenä vuonna. Lainan korko oli samat 8 % kuin edellisenäkin vuonna. Oman työnsä arvoksi Iiro laski 1 000 euroa kuukaudessa, kuten edellisenäkin vuonna.

a. Laadi katetuottolaskelma.

Myyntituotot		_____
Muuttuvat kustannukset		_____
Katetuotto		_____
Kiinteät kustannukset		
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	_____
Voitto		_____

b. Laske katetuottoprosentti.

c. Kuinka paljon katetuotto ja voitto ovat kasvaneet edelliseen vuoteen verrattuna?

d. Lainaa lyhennettiin vuoden lopussa 600 euroa. Miksi sitä ei saa ottaa huomioon katetuottolaskelmassa?

5. Bellalla on parturiliike, jossa hänellä on apulaisena Janne. Janne saa 1 800 euron kuukausipalkan lisäksi provisiota, jos hänen veloituksensa asiakkailta ylittää 2 500 euroa kuukaudessa. Provisio on 10 prosenttia 2 500 euron ylittävältä osalta.

Tukanleikkuun hinnaston mukainen hinta on 21 euroa. Geeliä ym. aineita käytetään asiakasta kohden keskimäärin 1 euron edestä. Liiketilan vuokra on 700 euroa kuukaudessa. YEL-vakuutusmaksu on 300 euroa kuukaudessa. Jannen palkan henkilösivukustannukset ovat 25 %. Sähkö, puhelin, asiakaslehdet, tilitoimistomaksu ym. ovat 500 euroa kuukaudessa. Kaluston poisto on 25 % kaluston menojäännöksestä vuodessa. Kaluston menojäännös vuoden alussa on 4 800 euroa. Bella laskee oman työnsä arvoksi 1 500 euroa kuukaudessa.

a. Laske Jannen palkka ja palkan henkilösivukustannukset tammikuulta, kun hän on tammikuussa leikannut 220 asiakkaan hiukset.

b. Laadi tammikuun katetuottolaskelma, kun Bella on kuukauden aikana leikannut 190 asiakkaan ja Janne 220 asiakkaan tukan.

Myyntituotot _____

Muuttuvat kustannukset

_____ _____

_____ _____

_____

Katetuotto _____

Kiinteät kustannukset

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____

_____ _____ _____

Voitto _____

c. Laske Bellan parturiliikkeen katetuottoprosentti.

6. Mirkun elintarvikekioskin katetuottolaskelma päättyneeltä vuodelta on seuraava:

Myynti	16 500
Muuttuvat kustannukset	9 900
Katetuotto	6 600
Kiinteät kustannukset	5 200
Voitto	1 400

a. Laske katetuottoprosentti.

b. Mirkku arvioi, että hän pystyy pitämään kiinteät kustannukset samansuuruisina seuraavanakin vuonna. Voittoa hän sen sijaan toivoisi saavansa 1 000 euroa enemmän kuin edellisenä vuonna. Laske katetuottotarve, jotta voittotavoite toteutuisi.

c. Kuinka paljon Mirkun pitäisi myydä, jotta voittotavoite toteutuisi?

d. Jos Mirkku tyytyisi puolet pienempään voittoon kuin edellisenä vuonna, mikä olisi katetuottotarve ja millä myynnillä voittotavoite toteutuisi?

e. Jos Mirkku tyytyisi nollatulokseen, mikä olisi katetuottotarve ja millä myynnillä tavoite saavutettaisiin?

7. Teemu Toivonen suunnittelee ryhtyvänsä taksiautoilijaksi. Hän on jo alustavasti keskustellut pankissa auton hankinnan rahoittamisesta. Ratkaisun tekoa varten hän on kerännyt seuraavat tiedot:

Teemu arvioi, että ajoja olisi kuukaudessa 3 000–4 000 km. Veloitus asiakkailta olisi keskimäärin 1,3 euroa kilometriä kohden. Sopivan auton hankintahinta olisi 30 000 euroa. Auton hankintamenon hän jakaisi 25 %:n menojäännöspoistoin eri vuosille. Auton hankinnan hän rahoittaisi pankkilainalla, jonka korko olisi 6 % vuodessa.

Auton vakuutuskustannukset olisivat 800 euroa vuodessa ja ajoneuvovero 400 euroa vuodessa. Oman työpanoksensa arvoksi Teemu laskee 2 000 euroa kuukaudessa. Yrittäjäeläkevakuutusmaksu olisi 500 euroa kuukaudessa. Auton pesu- ja korjauskustannuksia hän arvioi olevan 1 200 euroa vuodessa sekä puhelin-, kirjanpito- ym. kustannuksia 1 800 euroa vuodessa.

Määräaikaishuollot tehdään 10 000 kilometrin välein. Määräaikaishuolto maksaa 100 euroa kerralta. Rengasliikkeen kulutusseurannan mukaan rengaskustannukset ovat 0,02 euroa/km. Teemun tietojen mukaan auton polttoaineen kulutus on 10 litraa 100 kilometriltä. Polttoaineen hinta on 1,00 euroa litralta.

a. Laadi Teemulle yhden kuukauden katetuottolaskelma.

	4 000 km	3 000 km
Tuotot		
Muuttuvat kustannukset		
Muuttuvat kustannukset yhteensä		
Katetuotto		
Kiinteät kustannukset		
Kiinteät kustannukset yhteensä		
Tulos		

b. Laske katetuotto/km sekä katetuottoprosentti.

c. Kannattaako Teemun mielestäsi edellä olevan laskelman perusteella aloittaa toimintansa, jos ajokilometrimäärä on kuukaudessa

4 000 km

---

3 000 km?

---

d. Laske kriittinen piste euroina ja kilometreinä.

e. Paljonko Teemulla pitäisi olla kuukaudessa ajoja, jos hän haluaisi voitoksi 2 000 euroa?

8. Albatrossi Oy myy veneitä. Veneen myyntihinta on 5 000 euroa ja ostohinta 3 000 euroa. Henkilöstökustannukset ovat 5 500 euroa, vuokra 1 000 euroa ja muut kiinteät kustannukset 3 500 euroa kuukaudessa.

a. Merkitse alla olevaan taulukkoon Albatrossi Oy:n kustannukset, tuotot ja tulos, jos myynti on 1–10 kappaletta kuukaudessa.

Kpl	Muuttuvat kustannukset	Kiinteät kustannukset	Kokonais-kustannukset	Myynti-tuotot	Voitto tai tappio
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

b. Laadi Albatrossi Oy:n kriittisen pisteen myynnin katetuottolaskelma.

Myyntituotot _____

Muuttuvat kustannukset _____

Katetuotto _____

Kiinteät kustannukset _____

Voitto _____

c. Laske katetuottoprosentti.

d. Albatrossi Oy:n myynti on tällä hetkellä 8 venettä kuukaudessa.

Laadi katetuottolaskelma.

Myyntituotot	_____
Muuttuvat kustannukset	_____
Katetuotto	_____
Kiinteät kustannukset	_____
Voitto	_____

e. Laske Albatrossi Oy:n varmuusmarginaali euroina, kappaleina ja prosentteina.

9. Tukkikämppä Oy myy hirsisiä huvimajoja.

a. Laadi alla oleva taulukko valmiiksi, jos myynti on 1–10 huvimajaa kuukaudessa.

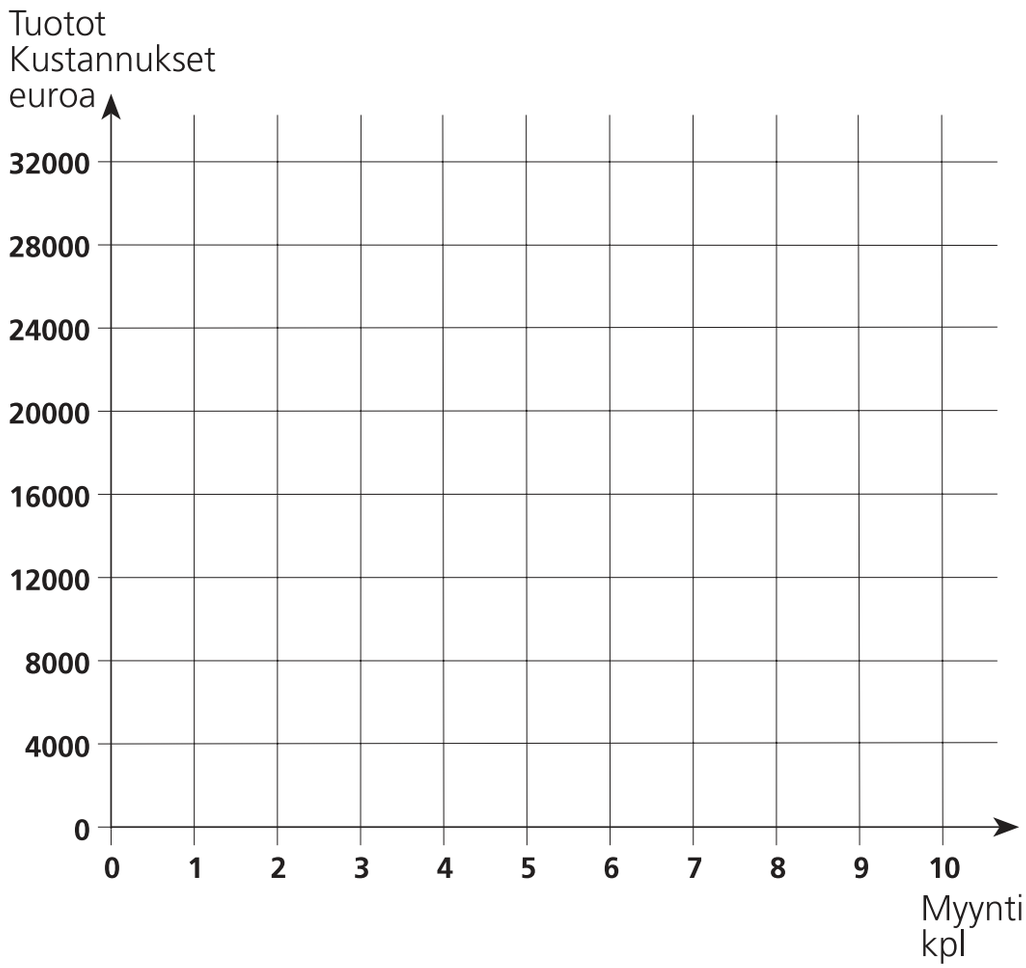
Kpl	Muuttuvat kustannukset	Kiinteät kustannukset	Kokonais-kustannukset	Myynti-tuotot	Voitto tai tappio
1	2 000	4 000		3 000	
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

b. Nykyinen myynti on 7 huvimajaa kuukaudessa. Laadi nykyisen myynnin ja kriittisen pisteen myynnin katetuottolaskelma.

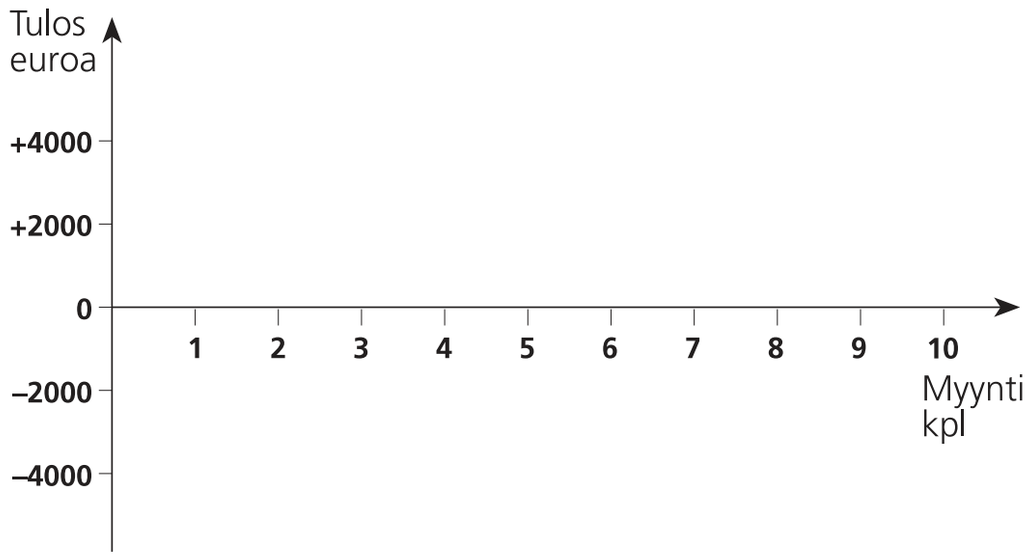
	Nykyinen myynti	Kriittisen pisteen myynti
Myyntituotot	_____	_____
Muuttuvat kustannukset	_____	_____
Katetuotto	_____	_____
Kiinteät kustannukset	_____	_____
Voitto	_____	_____

c. Laske varmuusmarginaali kappaleina, euroina ja prosentteina.

d. Piirrä Tukkikämppä Oy:n kannattavuuskuvio.



e. Piirrä Tukkikämppä Oy:n katetuottokuvio.



10. Wilhelmiinan lahjatavaraliike on saanut tilitoimistolta alla olevan kirjanpidon tuloslaskelman ajalta 1.1.–31.12.

Liikevaihto		194 000
Materiaalit ja palvelut		
Aineet, tarvikkeet ja tavarat		
Ostot tilikauden aikana	88 000	
Varaston lisäys	–3 000	– 85 000
Henkilöstökulut		
Palkat ja palkkiot	50 000	
Henkilösivukulut	6 800	– 56 800
Poistot		
Kaluston poisto		– 1 500
Liiketoiminnan muut kulut		– 29 000
Liikevoitto		21 700
Rahoitustuotot ja kulut		
Korkokulut		– 6 000
Tilikauden voitto		15 700

a. Wilhelmiina haluaisi laskelman lyhyempään muotoon ja hän haluaisi nähdä siitä myös katetuoton. Laadi tuloslaskelman perusteella yrityksen katetuottolaskelma. Koska yritys on yksityisliike, Wilhelmiina ei voi maksaa itselleen palkkaa. Ota laskelmassa huomioon Wilhelmiinan omalle työlleen laskema arvo 3 000 euroa kuukaudessa.

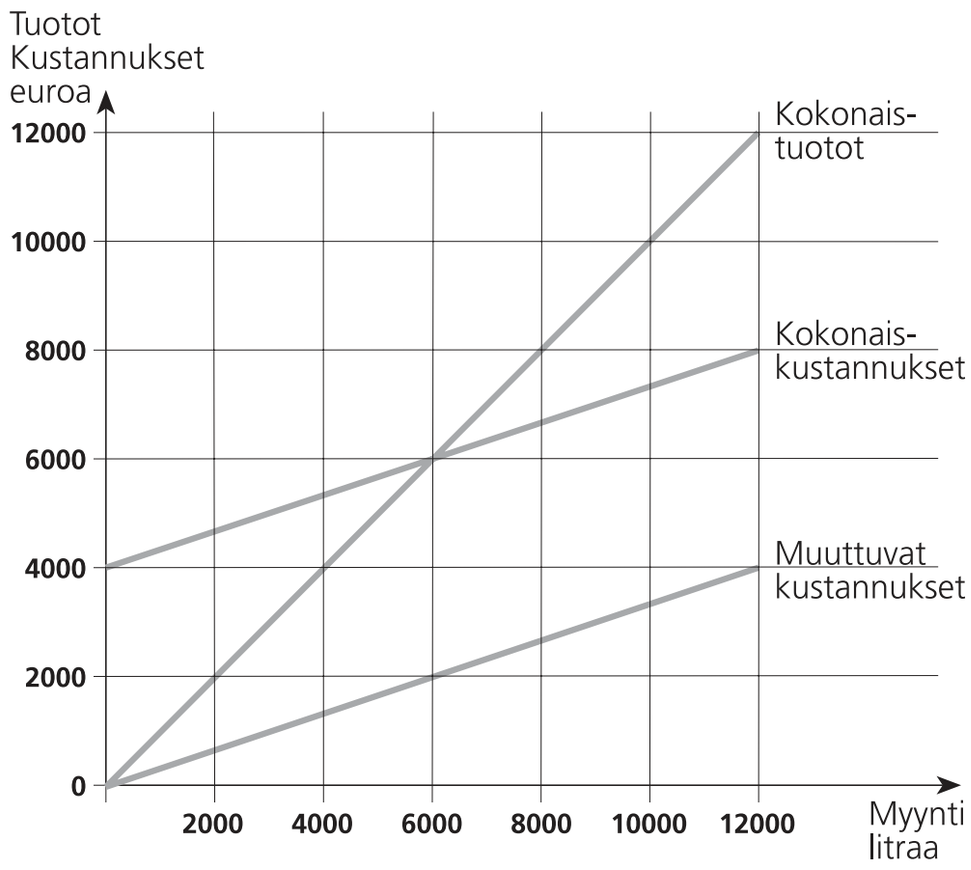
Myyntituotot		_____
Muuttuvat kustannukset		_____
Katetuotto		_____
Kiinteät kustannukset		
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	_____
Voitto/tappio		_____

b. Laske katetuottoprosentti.

c. Laske kriittinen piste.

d. Laske varmuusmarginaali ja varmuusmarginaaliprosentti.

11. Tutki karpalomehua myyvän Mehukas Oy:n kannattavuuskuviota ja vastaa kuvion alapuolella oleviin kysymyksiin.



a. Kuinka suuret ovat kiinteät kustannukset?

_____

b. Mikä on kriittinen piste litroina ja euroina?

_____

_____

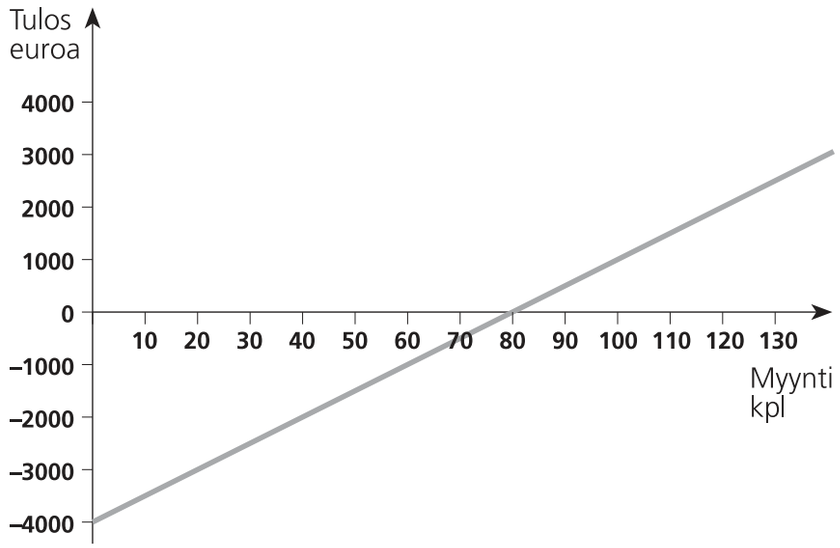
c. Myynti on tällä hetkellä 12 000 litraa vuodessa. Kuinka paljon yritys tuottaa voittoa?

d. Laske varmuusmarginaaliprosentti.

e. Kuinka suuret ovat muuttuvat kustannukset tämän hetken myynnillä kokonaisuudessaan ja litralta?

f. Mikä on yhden mehulitran myyntihinta?

12. Alla on purjelautoja myyvän yrityksen katetuottokuvio. Nykyinen myynti on 120 purjelautaa kuukaudessa. Laadi tämänhetkisen myynnin ja kriittisen pisteen myynnin katetuottolaskelma. Katetuottoprosentti on 50.



	Kriittisen pisteen myynti	Nykyinen myynti
Myyntituotot		
Muuttuvat kustannukset		
Katetuotto		
Kiinteät kustannukset		
Tulos		

13. Kalle myy potkulautoja. Toukokuun myynti oli 5 000 euroa ja kesäkuun 6 500 euroa. Kiinteät kustannukset ovat kuukaudessa 1 200 euroa. Potkulautojen katetuotto on 40 %. Täydennä alla oleva laskelma.

	Toukokuu	Kesäkuu
Myynti	_____	_____
Muuttuvat kustannukset	_____	_____
Katetuotto	_____	_____
Kiinteät kustannukset	_____	_____
Voitto	_____	_____

a. Kuinka paljon suurempia katetuotto ja voitto ovat kesäkuussa toukokuuhun verrattuna?

b. Kuinka monta prosenttia myyntituotot ovat kasvaneet edellisen kuukauden myyntituotoista?

c. Kuinka monta prosenttia muuttuvat kustannukset ovat kasvaneet edelliseen kuukauteen verrattuna?

d. Kuinka monta prosenttia katetuotto on kasvanut edelliseen kuukauteen verrattuna?

14. Pulssi Oy myy sykemittareita, kuntopyöriä ja kuntolautoja. Tuotteiden myyntihinnat ja hankintahinnat olivat seuraavat:

	Sykemittari	Kuntopyörä	Kuntolauta
Myyntihinta	150	400	180
Hankintahinta	78	240	90

Laadi Pulssi Oy:n katetuottolaskelma toukokuulta, kun sykemittareita myytiin 40 kpl, kuntopyöriä 13 kpl ja kuntolautoja 18 kpl. Toukokuun kiinteät kustannukset olivat 1 800 euroa.

	Sykemittari	Kuntopyörä	Kuntolauta	Yhteensä
Myyntituotot	_____	_____	_____	_____
Muuttuvat kustannukset	_____	_____	_____	_____
Katetuotto	_____	_____	_____	_____
Kiinteät kustannukset				_____
Voitto				_____
Katetuotto-%	_____	_____	_____	_____

4. Hinnoittelu

Tässä luvussa opitaan yrityksissä yleisesti käytettävät hinnoittelumenetelmät. Niiden lisäksi käsitellään arvonlisäveron laskeminen ja hävikki.

Opiskeltuasi tämän luvun tiedät

- **millaisia hinnoittelumenetelmiä yritys voi hinnoittelussaan käyttää**
- **miten hinnoittelukerroin lasketaan**
- **mitä tarkoittaa hinnoittelualue.**

Lisäksi tässä luvussa selvitetään

- **arvonlisäveron laskeminen tuotteen loppuhinnasta**
- **hävikin huomioon ottaminen hinnoittelussa.**

Chic

Taina oli työskennellyt merkonomiksi valmistumisen jälkeen yli kymmenen vuotta suuren tavaratalon vaateosastolla. Hän oli saanut paljon kokemusta monista tärkeistä alaan liittyvistä asioista, mutta hänellä oli halu tehdä paljon enemmän kuin nykyisessä työpaikassa oli mahdollista.

Eräänä aamuna Taina luki paikallislehdestä, että pitkään kaupungissa toiminut vaateliike aikoi lopettaa toimintansa yrittäjän jäädessä eläkkeelle muutaman kuukauden kuluttua. Taina ajatteli, että se toisi lisää asiakkaita tavaratalon vaateosastolle – paitsi jos joku muu ryhtyisikin jatkamaan vaateliikkeen toimintaa. Taina ei hukannut aikaa. Hän soitti oitis vaateliikkeen pitäjälle ja sopi tapaamisen vielä samaksi illaksi.

- - -

Kaksi kuukautta myöhemmin . . .

Kauppaneuvottelut käytiin pikaisesti ja vaateliikkeen hinnasta päästiin muutaman tapaamisen jälkeen yksimielisyyteen. Liikkeen omistuksen vaihdos tapahtuu tänä viikonloppuna, joten tuotteiden hinnoittelu on tästä eteenpäin Tainan vastuulla. Hän ymmärtää, että hinnoittelulla on tärkeä vaikutus siihen, miten kannattavaksi hänen yritystoimintansa yltää, miten innokkaasti asiakkaat tuotteita ostavat ja millainen mielikuva yrityksestä ja sen hintatasosta asiakkaille muodostuu.

Katetuottohinnoittelu

Katetuottohinnoittelulla tarkoitetaan hinnoittelumenetelmää, jossa tuotteen muuttuviin kustannuksiin lisätään haluttu kate. Kate lasketaan usein prosentuaalisena osuutena tuotteen loppuhinnasta, esimerkiksi 25, 40 tai 50 %:na hinnasta. Katteen suuruus vaihtelee tyypillisesti eri toimialoilla ja eri tuoteryhmissä. Hyvin jokapäiväisillä tuotteilla on usein pienempi kate kuin harvemmin ostetuilla luksustuotteilla.

Katetuotto ei merkitse yritykselle suoraa voittoa, sillä katetuotolla täytyy kattaa myös kiinteät kustannukset. Vasta kun nämä on katettu, yritykselle syntyy voittoa. Yrityksen katetuottotarve on siten yhtä suuri kuin kiinteät kustannukset lisättynä voittotavoitteella.

Jos yrityksessä käytetään eri tuotteilla samaa katetuottoprosenttia, saadaan tuotteen hinta lasketuksi suoraan seuraavan kaavan avulla:

$$\text{Tuotteen myyntihinta ilman arvonlisäveroa} = \frac{100 \times \text{Tuotteen muuttuvat kustannukset}}{(100 - \text{Katetuottoprosentti})}$$

Taina osti tukkuliikkeestä hattuja, joiden arvonlisäveroton hankintameno eli muuttuvat kustannukset oli 10 euroa kappaleelta. Hattujen hinnoittelussa hän päätti varautua myös alennusmyyntiin, ja niinpä hän hinnoitteli hatuille aluksi 60 %:n katetuoton. Yhden hatun arvonlisäverottomaksi myyntihinnaksi muodostui yllä olevan kaavan mukaan siten:

$$\frac{100 \times 10}{100 - 60} = \frac{1000}{40} = 25 \text{ euroa.}$$

Kaavasta näkyy, että katetuoton ollessa 60 % muuttuviksi kustannuksiksi jää 40 %. Hatun euromääräiseksi katetuotoksi muodostuu siten:

Hatun arvonlisäveroton myyntihinta	25,00
– Hatun arvonlisäveroton sisäänostohinta	10,00
Hatusta myytäessä saatava katetuotto	15,00

Yllä laskettu 25 euroa ei kuitenkaan ole se hinta, jonka Taina panee myytävänä olevan hatun hintalappuun, sillä tähän 25 euron hintaan täytyy vielä lisätä arvonlisävero.

Kun tuotteen myyntihinta ilman arvonlisäveroa on laskettu, voidaan tuotteen arvonlisäverollinen myyntihinta laskea seuraavan kaavan avulla:

Tuotteen
arvonlisäverollinen = 1,24 x tuotteen myyntihinta ilman arvonlisäveroa
myyntihinta

Tainan yhden hatun arvonlisäverolliseksi myyntihinnaksi muodostuu siten:

1,24 x 25,00 = 31,00 euroa.

Vasta tämä arvonlisäverollinen myyntihinta on se hinta, joka kaupassa merkitään hattujen hintalappuun.

Tainan laskema 31,00 euron hinta koostuu siten seuraavista eristä:

Hatun arvonlisäveroton sisäänostohinta	10,00
+ Haluttu katetuotto	15,00
= Hatun arvonlisäveroton myyntihinta	25,00
+ Arvonlisävero 24 %	6,00
= Hatun arvonlisäverollinen myyntihinta	31,00

Arvonlisäveron laskeminen tuotteen loppuhinnasta

Jos halutaan tietää arvonlisäveron tarkka määrä tuotteen arvonlisäverollisessa myyntihinnassa, se voidaan laskea seuraavan kaavan avulla:

$$\text{Arvonlisäveron määrä tuotteen myyntihinnassa} = \frac{0{,}24 \times \text{Tuotteen arvonlisäverollinen hinta}}{1{,}24}$$

Tainan hattujen tapauksessa arvonlisäveron määrä on siten:

$$\frac{0{,}24 \times 31{,}00}{1{,}24} = 6{,}00 \text{ euroa.}$$

24 %:n arvonlisävero lasketaan aina tuotteen arvonlisäverottomasta hinnasta. Siksi hintalappuun merkittyyn hintaan sisältyvä 24 %:n arvonlisävero vastaa noin 19,35 %:n vero-osuutta tuotteen arvonlisäverollisesta loppuhinnasta.

Jos halutaan laskea tuotteen arvonlisäveroton hinta, se saadaan vähentämällä arvonlisäverollisesta hinnasta arvonlisäveron osuus, eli seuraavan kaavan mukaisesti:

$$\text{Tuotteen arvonlisäveroton hinta} = \text{Tuotteen arvonlisäverollinen hinta} - \text{Arvonlisävero}$$

Tainan hattujen osalta niiden arvonlisäveroton hinta saadaan siten lasketuksi seuraavasti:

$$31{,}00 - 6{,}00 = 25{,}00 \text{ euroa.}$$

Arvonlisäveron tilittäminen valtiolle

Taina ei tilitä kuitenkaan valtiolle koko 6,00 euron määrää, sillä hän saa vähentää siitä hattuja ostaessaan maksamansa arvonlisäveron. Koska yhden hatun arvonlisäveroton hankintahinta oli 10 euroa, sen arvonlisäverollinen hankintahinta on:

1,24 x 10,00 = 12,40 euroa.

Arvonlisäveron määrä on tällöin arvonlisäverollisen hankintahinnan ja arvonlisäverottoman hankintahinnan välinen ero, eli:

12,40 – 10,00 = 2,40 euroa.

Tämän 2,40 euroa Taina saa vähentää valtiolle tilitettävästä arvonlisäverosta, koska on sen osuuden jo maksanut hattuja sisäänostaessaan.

Valtiolle tilitettävän arvonlisäveron määräksi muodostuu siten:

Myyntihinnassa oleva arvonlisävero	6,00
– Ostohinnassa maksettu arvonlisävero	2,40
Valtiolle tilitettävä arvonlisävero	3,60

Hinnoittelukerroin

Yrityksissä käytetään arkipäivän hinnoittelutilanteissa usein hinnoittelukertoimia. Yrityksillä on tuoteryhmäkohtaisia katetuottotavoitteita, minkä vuoksi jokaiselle tuoteryhmälle voi olla laskettuna erillinen hinnoittelukerroin.

Hinnoittelukertoimen kaava on:

$$\text{Hinnoittelukerroin} = \frac{100}{100 - \text{Katetuottoprosentti}}$$

Taina käytti hattujen hinnoittelussa 60 %:n katetuottoa. Hinnoittelukertoimeksi tulee siten:

$$\frac{100}{100 - 60} = 2{,}5.$$

Tainan valikoimaan kuului myös takkeja. Takkien hinnoittelussa hän käytti 40 %:n katetuottoa. Tällöin hinnoittelukertoimeksi tulee:

$$\frac{100}{100 - 40} = 1{,}6666 \text{ eli noin } 1{,}67.$$

Tuotteen myyntihinta saadaan siten lasketuksi seuraavan kaavan avulla:

Hinnoittelukerroin x Tuotteen hankintameno = Tuotteen myyntihinta

Tainan maksama arvonlisäveroton hankintahinta hattujen osalta oli 10 euroa ja takkien osalta 25 euroa. Arvonlisäverottomat myyntihinnat ovat siten:

Hatut: 2,5 x 10 euroa = 25 euroa.
Takit: 1,67 x 25 euroa = 41,75 euroa.

Nämä hinnat eivät vielä sisällä arvonlisäveroa, joten arvonlisäverollisiksi myyntihinnoiksi tulee:

Hatut: 1,24 x 25,00 euroa = 31,00 euroa.
Takit: 1,24 x 41,75 euroa = 51,77 euroa.

Hinnoittelualue

Taina saa itse päättää, millaisen hinnan hän myymilleen tuotteille asettaa. Mitä tahansa hintaa hän ei kuitenkaan voi käyttää, sillä tappiolla ei kannata myydä eikä toisaalta kukaan osta liian kalliita tuotteita. Sitä kahden hinnan välistä aluetta, jota Taina tuotekohtaisessa hinnoittelussaan voi käyttää, kutsutaan hinnoittelualueeksi. Alueen ylärajan asettaa kysyntä, alarajan kustannukset. Liian korkeaksi asetetun hinnan johdosta tuotteet jäävät kysynnän puutteessa myymättä, liian alhaiseksi asetetun hinnan takia yrityksen kaikki kustannukset eivät tule katetuiksi.

Yritys voi käyttää hinnoittelualueen alarajaa esimerkiksi uusien tuotteiden markkinoilletulovaiheessa. Tällöin tuotteita voidaan myydä melkeinpä muuttuvien kustannusten hintaan, jotta ihmiset kokeilisivat niitä ja oppisivat tuntemaan ne. Ajan mittaan tuotteen hinnan on kuitenkin katettava muuttuvien kustannusten lisäksi kiinteät kustannukset ja yrityksen voittotavoite.

Hyvin tavanomaisten vakiotuotteiden hinnoittelualue on varsin pieni. Koska tuotteen ostajat tietävät kaupoissa vallitsevan hintatason, vakiotuotteen yleistä hintatasoa korkeammalle hinnalle täytyy olla jokin erityinen syy. Tällainen syy voi olla esimerkiksi normaalista poikkeava aukioloaika; liike voi olla avoimena kilpailijoita myöhempään. Voidessaan käyttää tällaista palvelua asiakkaat tietävät tuotteiden myös maksavan enemmän. Taina myi hyvin erilaistettuja muotituotteita, joita ei jokaisesta vaatekaupasta löydy. Siksi hän saattoi käyttää laajempaa hinnoittelualuetta tuotteita hinnoitellessaan.

Mitä monimutkaisempi tuote on, sitä laajempi on hinnoittelualue. Tuotteen vertaaminen kilpaileviin tuotteisiin on vaikeampaa, eikä täysin samanlaista tuotetta välttämättä löydy. Katetuotto voidaan asettaa korkeammaksi, koska täysin vastaavia tuotteita ei ole. On toki otettava huomioon, että jos yritys käyttää liian korkeaa hintatasoa, asiakkaat voivat pyrkiä löytämään korvaavan tuotteen liian kalliiksi kokemansa tuotteen tilalle tai pidättäytyä kokonaan tuotteen hankinnasta. Tainakin tiesi kokemuksesta, ettei harvoin myytävälle erikoisuudellekaan voi panna liian korkeaa hintaa; asiakkaat myöntävät, että tuote on hyvä, mutta jättävät sen ostamatta.

Esimerkiksi kahvipaketilla on yleensä varsin kapea hinnoittelualue: tutun kahvipaketin hintataso tiedetään melko tarkkaan. Jos sen hinta on jossakin kaupassa paljon kalliimpi kuin yleensä, kahvipaketit jäävät hyllylle, sillä asiakkaat ostavat kahvia toisesta kaupasta. Muotivaatteen hintaa ei voi samalla tavalla tiedostaa, joten sen hinnoittelualue on paljon laajempi kuin kahvipaketin.

Erilaisia hinnoittelumenetelmiä

Jos yritys tuo markkinoille hyvin halutun uutuustuotteen, se voi aluksi saada tuotteesta korkean hinnan. Uutuuksien kokeilijat ostavat tällöin tuotetta välittämättä suoranaisesti sen hinnasta. Vähä vähältä hintaa voidaan laskea alhaisemmalle tasolle, jotta saadaan yhä useampi käyttäjä kokeilemaan tuotetta. Tällaisen hinnoittelun etuna on se, että tuotteesta maksavat aluksi mak-

sukykyisimmät ostajat ja yritys saa enemmän tuotekohtaista katetta. Näin voidaan toimia esimerkiksi kirjojen myynnissä: ensimmäinen painos on hieno kovakantinen, lahjaksi sopiva tuote, jolloin siitä on mahdollista saada myytäessä korkeampi kate. Myöhemmin markkinoille tulee pehmeäkantinen halvempihintainen pokkariversio.

Jos tuote on hyvin samanlainen kuin markkinoilla jo olevat tuotteet, ei sille voi asettaa korkeampaa hintaa kuin muille. Jos yritys haluaa kuitenkin saada markkinaosuuden, se voi alkaa myydä tuotetta aluksi hyvin alhaisella hinnalla ja nostaa myöhemmin hintaa katteen parantamiseksi. Joissain tilanteissa tyydytään myös siihen, että tuotteelle asetetaan sama hinta kuin kilpailijoilla on ja yritetään löytää muita keinoja asiakkaiden ostopäätösten tueksi.

Osalle tuotteista Taina asetti saman hinnan kuin vastaavalla tuotteella oli ollut hänen vanhassa työpaikassaan. Taina tiesi kokemuksesta, että asiakkaat tietävät tarkkaan joidenkin oheistuotteiden hintatason.

Tuoteryhmäkohtainen hinnoittelu

Yrityksellä voi olla eri tuotteille eri hinnoittelukertoimet. Hinnoittelukertoimeen vaikuttaa kysyntätekijöiden lisäksi se, miten paljon riskiä tuotteeseen sisältyy. Tällaisia erikseen huomioon otettavia riskejä ovat esimerkiksi tuotteen pilaantumisvaara tai muotituotteiden osalta vanhenemisvaara. Hyvin riskipitoisessa tuotteessa käytetään yleensä korkeampaa hinnoittelukerrointa kuin vähemmän riskiä sisältävässä perustuotteessa.

Taina voi Helsingin liikkeessään noudattaa esimerkiksi seuraavaa tuoteryhmäkohtaista hinnoittelua:

	Hinnoittelukerroin
Vuodenaikaan kuuluvat trendivaatteet	2,5
Ympäri vuoden myynnissä olevat yleisvaatteet	2,0
Perushousut	1,8
Sukat	2,2
Vaatteisiin liitettävät oheistuotteet	3,0

Sellaisille yrityksen päätuotteiden oheistuotteille, jotka eivät kuulu yrityksen varsinaiseen valikoimaan, mutta jotka ovat myynnissä palvelutarkoituksessa, voidaan myös asettaa korkeampi hinnoittelukerroin. Tainankin tapauksessa asiakas tulee ostamaan vaatteita, mutta vaatteiden lisäksi hänelle voidaan myydä esimerkiksi nappeja ja vaatteisiin soveltuvia erilaisia pukukoruja.

Riskin lisäksi voidaan tuoteryhmäkohtaisessa hinnoittelussa ottaa huomioon tuotteen kiertonopeus yrityksessä. Usein liikkeissä käytetään lyhyen aikaa varastossa oleville, varsin vakaan ja tasaisen myynnin omaaville tuotteille alhaisempaa hinnoittelukerrointa kuin pitempään varastossa oleville. Kysynnän ennustettavuus on parempi ja tuotekohtainen riski on tällöin pienempi. Pitempään varastossa oleville tuotteille käytetään tietoisesti korkeampaa hinnoittelukerrointa, koska varastoinnista syntyy kustannuksia, varastossa oleviin tuotteisiin sitoutuu pääomaa ja epävarmuus tuotteesta saatavasta hinnasta lisääntyy.

Usein erityiset ale-liikkeet myyvät vain nopeasti kiertäviä tuotteita voidakseen ylläpitää halvempaa hintatasoa. Asiakkaat eivät odotakaan löytävänsä tällaisista liikkeistä mitään erikoisia tuotteita, vaan ainoastaan saavansa päivittäisessä käytössään olevat tuotteet mahdollisimman halvalla.

Tuotemäärä- ja ostomääräkohtainen hinnoittelu

Yritys pyrkii saamaan asiakkaansa keskittämään mahdollisimman suuren osan ostoksista itselleen. Houkuttimena voidaan käyttää paljousalennuksia tai ostojen euromäärän mukaan kertyviä alennuksia.

Yrityksen saaman katteen määrää voidaan pyrkiä nostamaan myös tuotteiden kokoja muuttamalla: suuremman pakkauskoon paketin myynnistä voidaan saada enemmän katetta kuin pienestä paketista. Usein asia on myös täysin päinvastoin: yritys voi saada enemmän katetta myydessään tuotteet yksittäin kuin myydessään ne usean kappaleen paketeissa. Tainalla oli myynnissä neljän sukkaparin paketti kymmenellä eurolla. Hän päätti myydä sukkaparit yksittäin kolmella eurolla. Näin hän sai neljästä parista yhteensä 12 euroa, siis kaksi euroa enemmän katetuottoa neljästä parista.

Psykologinen hinnoittelu

Yritys voi käyttää hinnoittelussaan myös ns. psykologisen hinnoittelun menetelmää. Tällöin hinnat asetetaan siten, että asiakkaat mieltävät ne edullisiksi. Tällaisia hintoja ovat tyypillisesti 9-loppuiset ja -sisältöiset hinnat, esimerkiksi 99 euroa, 19,90 euroa ja 2,95 euroa.

Psykologisen hinnoittelun perustana täytyy olla jokin muu hinnoittelumenetelmä, esimerkiksi hinnoittelukertoimen käyttö. Yrityksessä käytetyn hinnoittelukertoimen avulla on saatu ensin alustavaksi hinnaksi (arvonlisäveron lisäämisen jälkeen) esimerkiksi 28,70 euroa. Psykologista hinnoittelua käyttäen voidaan myymälässä hintalappuun kuitenkin kirjoittaa 28,70 euron sijaan 29 eu-

roa tai 29,90 euroa. Ostajalle hinta on kuitenkin kaikissa tapauksissa "vähän alle 30 euroa". Vastaavasti hinnoittelukertoimen antaessa arvonlisäverolliseksi hinnaksi esimerkiksi 20,30 euroa, voi tuotteen menekin kannalta olla parempi käyttää hintaa 19,90 euroa. Yritys voi pyrkiä nostamaan suunnittelemaansa keskimääräistä katetuottoa psykologisen hinnoittelun menetelmiä käyttämällä. Psykologinen hinnoittelu on siten muita hinnoittelumenetelmiä täydentävä menetelmä.

Taina tiesi saavansa käyttäessään pelkästään katetuottohinnoittelua tai hinnoittelukerrointa hintalappuun hyvin sekalaisia hintoja. Siksi hän muokkasi hinnan sopivasti tasaluvuksi ennen kuin pani hintalapun tuotteeseen, esimerkiksi:

Hinnoittelukertoimella saatu hinta lisättynä arvonlisäverolla	Tainan hintalappuun merkitsemä hinta
18,76	18,90
302,41	299,00
5,43	5,50
10,05	9,95
86,77	89,50

Maantieteellinen hinnoittelu

Hinta voi vaihdella myös saman kaupan toimipisteissä ja olla riippuvainen kaupan maantieteellisestä sijainnista. Ajatellaan, että Taina laajentaa vaateliiketään Helsingin liikkeen lisäksi Tampereelle ja Turkuun. Hän aikoo myydä uusissa liikkeissään täsmälleen samoja tuotteita kuin mitä hän myy Helsingin liikkeessäänkin. Tampereella Tainan liikkeen lähellä on kuitenkin kaksi samantyyppistä vaatetusalan liikettä. Niinpä hän päättää Tampereella määrätä samoille tuotteille pienemmän hinnoittelukertoimen kuin Helsingissä. Turussa Tainalla ei käytännössä ole kilpailijoita. Siksi hän päättää noudattaa Turun liikkeessä hiukan Helsingin liikettä korkeampaa hintatasoa.

Kun yritys avaa uuden toimipisteen uudelle paikkakunnalle, voidaan aluksi noudattaa hinnoittelua, joka kattaa vain muuttuvat kustannukset. Tällöin on tarkoituksena houkutella asiakkaat ensimmäiselle käynnille kauppaan, jotta he tulevaisuudessa muistaisivat sen olemassaolon hankkiessaan kaupan toimialaan liittyviä tuotteita. Tällaisessa tapauksessa voidaan yrityksen kiinteät kustannukset aluksi jakaa vain vanhojen toimipaikkojen kesken ja siirtää uudelle toimipai-

kalle osuus kiinteistä kustannuksista vasta myöhemmin. Tällaista hinnoittelumenetelmää voidaan käyttää vallattaessa markkinoita sellaisilta uusilta alueilta, joilla toimii jo kilpailijoita. Myös maantieteellisen hinnoittelun perustana täytyy ajan mittaan olla kannattava liiketoiminta.

Alennusten huomioonotto hinnoittelussa

Yritykset antavat usein asiakkailleen erilaisia alennuksia, ja luvattu alennus voi olla ratkaiseva kimmoke asiakkaan ostopäätökselle. Alennukset ovat kuitenkin suoraan poissa yrityksen katteesta, ja siksi ne on otettava huomioon jo hinnoitteluvaiheessa.

Tyypillisiä alennuksia ovat paljousalennus, kanta-asiakasalennus ja vuodenaikaan liittyvät kausialennukset. Paljousalennuksella kannustetaan asiakasta ostamaan enemmän, kanta-asiakasalennuksella pyritään sitomaan hänen suorittamansa ostot samaan liikkeeseen ja yleisillä alennusmyynneillä halutaan saada kausituotteet myydyiksi pois ennen uuden kauden alkua.

Hinnoittelussa alennukset voidaan ottaa huomioon esimerkiksi siten, että tutkitaan yrityksen toteutuneista kaupoista annetut alennukset ja lasketaan niiden merkitys yritykselle. Jos laskuissa saadaan selville, että paljous- ja kanta-asiakasalennukset ovat olleet keskimäärin kolme prosenttia tuotteiden myyntihinnasta, tämä voidaan ottaa hinnoittelussa huomioon lisäämällä keskimäärin annettu alennus tuotteiden hintoihin. Näin yrityksen tulostavoitetaso voidaan saavuttaa annetuista alennuksista huolimatta.

Alennusmyynneissä voidaan käyttää myös porrastettuja alennuksia. Kesävaatteiden alennusmyynnissä voidaan tuotteista antaa aluksi esimerkiksi 20 %:n alennus. Parin viikon alennusmyynnin jälkeen voidaan myymättä olevien alennusmyyntituotteiden alennusta kasvattaa ja myydä niitä esimerkiksi 20 %:n lisäalennuksella.

Alennusta laskettaessa on mietittävä, lasketaanko alennus alkuperäisestä hinnasta vai jo alennetusta hinnasta. Näillä kahdella laskutavalla on vaikutusta yrityksen alennustuotteesta saamaan hintaan. Seuraava esimerkki selvittää eroa:

Tapa 1

	Alennus (euroa)	Tuotteen myyntihinta (euroa)
Tuotteen hinta ennen alennusmyyntiä		50
Alennusmyynnin ensimmäinen vaihe:		
20 %:n alennus	10	40
Alennusmyynnin toinen vaihe:		
20 %:n lisäalennus **alkuperäisestä hinnasta**	10	30

Tuotetta myydään alennusmyynnin lopuksi 40 %:n alennuksella alkuperäisestä hinnasta.

Tapa 2

	Alennus (euroa)	Tuotteen myyntihinta (euroa)
Tuotteen hinta ennen alennusmyyntiä		50
Alennusmyynnin ensimmäinen vaihe:		
20 %:n alennus	10	40
Alennusmyynnin toinen vaihe:		
20 %:n lisäalennus jo **alennetusta hinnasta**	8	32

Tuotetta myydään alennusmyynnin lopuksi 36 %:n alennuksella alkuperäisestä hinnasta.

Kun alennusprosentit lasketaan jo alennetuista hinnoista, yritykselle jää tuotteesta enemmän tuloa kuin jos prosentit laskettaisiin koko ajan alkuperäisestä hinnasta.

Eri hinnoittelumenetelmien soveltamisessa on tärkeää, että yritys tiedostaa vaihtoehtoiset menetelmät ja on valmis käyttämään eri menetelmiä nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä.

Hävikki

Yrityksen on otettava hinnoittelussa huomioon myös hävikki. Hävikki voi johtua tuotteiden rikkoutumisesta, pilaantumisesta tai katoamisesta (esim. myymälävarkaudet). Eri toimialoilla hävikki on erisuuruinen: kulutustavarakaupoissa hävikki on suurempi kuin esimerkiksi autokaupoissa.

Yritys voi kokemusperäisesti tietää, kuinka suuri hävikki keskimäärin on. Luku voi olla esimerkiksi noin yksi prosentti yrityksen kokonaismyynnistä. Tämä prosentti otetaan huomioon voittotavoitetta asetettaessa ja tuotekohtaisista hinnoittelukertoimista päätettäessä.

Yrityksessä on tärkeää seurata hävikkiä ja pyrkiä minimoimaan se. Nopeasti kasvanut hävikki on hälytyssignaali: syy hävikkiin on selvitettävä mahdollisimman ripeästi. Hävikkiä pienentävät toimenpiteet, esimerkiksi hälyttimet, maksavat itsensä takaisin useimmissa tapauksissa.

Hinnoittelualue tarkoittaa hinnoittelussa käytettävissä olevan alimman ja ylimmän hinnan välistä aluetta. Alaraja muodostuu tuotteen kustannuksista, yläraja kysynnästä.

Hinnoittelukerroin

$$= \frac{100}{100 - \text{Katetuottoprosentti}}$$

Tuotteen myyntihinta ilman arvonlisäveroa

$$= \frac{100 \times \text{Tuotteen muuttuvat kustannukset}}{(100 - \text{Katetuottoprosentti})}$$

Tuotteen arvonlisäverollinen myyntihinta

$$= 1{,}24 \times \text{Tuotteen myyntihinta ilman arvonlisäveroa}$$

Arvonlisäveron määrä tuotteen myyntihinnassa

$$= \frac{0{,}24 \times \text{Tuotteen arvonlisäverollinen hinta}}{1{,}24}$$

Tuotteen arvonlisäveroton hinta

$$= \text{Tuotteen arvonlisäverollinen} - \text{Arvonlisävero}$$

Hävikki on se osa myytäväksi hankituista tuotteista, joka katoaa, pilaantuu tai vanhenee, niin ettei siitä saada myyntituloja.

Testaa tietosi: 10 kysymystä

	Oikein	Väärin
1. Katetuotolla katetaan yrityksen kiinteät kustannukset ja tavoiteltu voitto.		
2. Kun arvonlisävero on 24 %, saadaan tuotteen hintaan sisältyvä arvonlisävero laskettua kertomalla tuotteen arvonlisäverollinen myyntihinta 0,24:lla.		
3. Hinnoittelukerroin 2 vastaa 100 prosentin katetuottoa.		
4. Tutuilla vakiotuotteilla on paljon laajempi hinnoittelualue kuin harvoin ostettavilla erikoistuotteilla.		
5. Samassa liikkeessä myytävillä eri tuoteryhmillä on usein eri hinnoittelukertoimet.		
6. Tuotemäärän mukaisesti annettu paljousalennus pienentää yrityksen saaman katetuoton määrää.		
7. Hinnoittelukertoimella saatu hinta on lopullinen hintalappuun merkittävä tuotteen myyntihinta.		
8. Samankin kauppaketjun tuotteiden hinnat voivat vaihdella eri paikkakunnilla.		
9. Annettaessa lisäalennusta jo alennetusta hinnasta on aivan sama, lasketaanko lisäalennusprosentti alkuperäisestä myyntihinnasta tai jo alennetusta myyntihinnasta.		
10. Hävikkiä ei ole syytä erikseen seurata, koska sitä tapahtuu kaikesta huolimatta.		

Tehtävät

1. Laske alla olevien arvonlisäverottomien tuotteiden arvonlisävero ja arvonlisäverollinen hinta. Arvonlisävero on 24 prosenttia.

Arvonlisäveroton hinta	Arvonlisävero	Arvonlisäverollinen hinta
15 euroa		
6 euroa		
12 euroa 50 senttiä		
79,84 euroa		
150 euroa		
50 senttiä		

2. Laske, mikä on arvonlisäveron määrä seuraavissa tapauksissa:

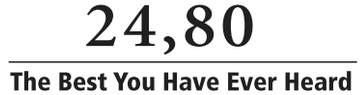
a. Polkupyörän hinta urheiluvälineliikkeessä on 372 euroa.

ALV =

b. Ulkoilutakin hinta vaatekaupassa on 62,00 euroa.

ALV =

c. CD-levyn hinta on 24,80 euroa.



ALV =

d. Pocket-kameran hinta kameraliikkeessä on 148,80 euroa.

ALV =

3. Laske, mikä on seuraavien tuotteiden arvonlisäveroton myyntihinta, kun niiden arvonlisäverollinen myyntihinta on

Arvonlisäveroton myyntihinta =

62 EUROA

Arvonlisäveroton myyntihinta =

4,96 euroa

Arvonlisäveroton myyntihinta =

99,20 euroa

Arvonlisäveroton myyntihinta =

186 *euroa*

4. Tutki ensin, kuinka suuret ovat seuraavien tuotteiden arvonlisäveroprosentit ja laske sen jälkeen arvonlisäverojen määrät.

a. 2 euroa maksava suklaalevy

Arvonlisäveroprosentti =

Arvonlisävero =

b. 25 euroa maksava kirja

Arvonlisäveroprosentti =

Arvonlisävero =

c. 10 euroa maksava linja-autolippu

Arvonlisäveroprosentti =

Arvonlisävero =

d. 5 euroa maksava elokuvalippu

Arvonlisäveroprosentti =

Arvonlisävero =

e. 20 euroa maksava lääkärinpalkkio

Arvonlisäveroprosentti =

Arvonlisävero =

5. Vaatekaupassa huivit hinnoitellaan siten, että niistä saadaan katetuottoa 50 %. Huivien sisäänostohinta on ollut 10 euroa. Laske huivien myyntihinta arvonlisäverottomana ja arvonlisäverollisena.

Arvonlisäveroton: _____

Arvonlisäverollinen: _____

Taina haluaa hinnoitella myös 2,50 euroa maksaneet pukukorut niin, että niiden katetuottoprosentti on sama.

Mikä on pukukorujen arvonlisäveroton hinta? _____

Entä arvonlisäverollinen? _____

6. Laske Tainalle hinnoittelukertoimet, kun hän käyttää toisen tuotteen hinnoittelussa 45 %:n katetuottoa ja toisen hinnoittelussa 30 %:n katetuottoa.

45 prosentin katetuotto =

30 prosentin katetuotto =

7. Yritys käyttää kaikkiin tuotteisiinsa 40 %:n katetuottoa. Laske ensin hinnoittelukerroin ja sen jälkeen tuotteen arvonlisäveroton ja arvonlisäverollinen myyntihinta, kun muuttuvat kustannukset ovat:

Hinnoittelu-kerroin	Muuttuvat kustannukset	Myyntihinta ilman alv:a	Alv	Arvonlisäverollinen hinta
	100 euroa			
	50 senttiä			
	16,60 euroa			
	25,50 euroa			

8. Täytä alla oleva taulukko, kun tuotteen arvonlisäveroton hankintahinta yritykselle on 5 euroa.

Katetuotto-prosentti	Hinnoittelu-kerroin	Arvonlisä-veroton hinta	Arvon-lisävero	Arvonlisäverol-linen hinta	Yrityksen saama kate
20 %	1,25				
25 %					
30 %					
35 %					
40 %					
45 %					
	2,00				
55 %					
	2,50				

9. Oy Super-Sport Ltd myi normaalisti verryttelypukua 89,00 euron ja sählymailaa 29,90 euron hintaan. Toukokuun ajan kauppaliike lupasi myydä kanta-asiakkaille verryttelypuvun 66,00 eurolla ja sählymailan 24,00 eurolla. Hinnat sisältävät arvonlisäveron. Verryttelypuvun hankintameno Super-Sportille on 34,00 euroa ja sählymailan 7,80 euroa.

Laske verryttelypuvun ja sählymailan katetuotto ja katetuottoprosentti ilman kanta-asiakasalennusta ja kanta-asiakasalennuksen jälkeen.

a. Ilman kanta-asiakasalennusta:

	Verryttelypuku	Sählymaila
Arvonlisäverollinen myyntihinta	_____	_____
– Arvonlisävero	_____	_____
= Myyntihinta ilman alv:a	_____	_____
– Hankintameno	_____	_____
= Katetuotto	_____	_____
Katetuottoprosentti	_____	_____

b. Kanta-asiakasalennuksella:

	Verryttelypuku	Sählymaila
Arvonlisäverollinen myyntihinta	_____	_____
– Arvonlisävero	_____	_____
= Myyntihinta ilman alv:a	_____	_____
– Hankintameno	_____	_____
= Katetuotto	_____	_____
Katetuottoprosentti	_____	_____

10. Erään tuotteen muuttuvat kustannukset olivat 10 euroa. Tuotetta meni kaupaksi seuraavan taulukon mukaisesti:

Arvonlisäveroton myyntihinta asiakkaille	Arvonlisäverollinen myyntihinta asiakkaille	Myyty kappalemäärä	Katetuotto
10,00	12,40	10	
11,00	13,64	9	
12,00	14,88	8	
13,00	16,12	7	
14,00	17,36	6	
15,00	18,60	5	
16,00	19,84	4	
17,00	21,08	3	
18,00	22,32	2	
19,00	23,56	1	
20,00	24,80	0	

a. Laske yrityksen saama katetuotto eri myyntihinnoilla ja -määrillä.

b. Mikä on tuotteen hinnoittelualue?

c. Kannattaako yrityksen myydä 17,36 eurolla kuusi kappaletta vai 21,08 eurolla kolme kappaletta?

d. Mikä myyntihinta tuo yritykselle eniten katetuottoa?

11. Sonjalla oli lahjatavaraliike, jonka muuttuvat kustannukset olivat eräänä kuukautena 20 000 euroa. Kiinteät kustannukset olivat 8 000 euroa. Kuukauden voittotavoitteeksi Sonja asetti 4 000 euroa.

a. Kuinka paljon Sonjan täytyy saada myymistään tuotteista katetuottoa, jotta hän saisi katetuksi kiinteät kustannukset ja asettamansa voittotavoitteen? Mikä on tällöin Sonjan lahjatavaraliikkeen kokonaismyynti?

b. Mikä on tällöin Sonjan keskimääräinen katetuottoprosentti?

c. Mikä on Sonjan käyttämä hinnoittelukerroin?

12. Kummalla allaolevalla tuotteella on laajempi hinnoittelualue ja miksi?

Kilo perunoita

Uutuuskirja

13. Susannalla on vaatekauppa, jonka 500 000 euron myynti (ilman alv:a) jakautui seuraavasti:

	Myynnin jakauma	Myynti	Hinnoittelu-kerroin	Muuttuvat kustannukset
Vuodenaikaan kuuluvat trendivaatteet	30 %		2,5	
Ympäri vuoden myynnissä olevat vaatteet	35 %		2,0	
Perushousut	20 %		1,8	
Sukat	5 %		1,5	
Vaatteisiin liitettävät oheis-tuotteet	10 %		3,0	
Yhteensä				

Mikä on Susannan liikkeen koko myynnin keskimääräinen katetuottoprosentti?

14. Mikä on psykologisen hinnoittelun vaikutus yrityksen saamaan katteeseen seuraavassa tapauksessa?

Tuotteen arvonlisäverollinen hinta oli 10,40 euroa ja sen katetuottoprosentti oli 50. Tuotetta myytiin tällöin 20 kpl. Kun hinta pudotettiin 9,90 euroon, tuotteen myynti kohosi 26 kappaleeseen. Kannattiko tuote hinnoitella ”yli 10 euroa maksavasta” tuotteesta alle kymmenen euron hintaluokkaan?

Tilanne ennen hinnan muutosta:

	Hinta 10,40 euroa 1 tuote	Hinta 10,40 euroa myynti 20 kpl
Arvonlisäverollinen myynti		
– Arvonlisävero		
= Myynti ilman alv:a		
– Hankintameno		
= Katetuotto		
Katetuottoprosentti		

Tilanne hinnan muutoksen jälkeen:

	Hinta 9,90 euroa 1 tuote	Hinta 9,90 euroa myynti 26 kpl
Arvonlisäverollinen myynti		
– Arvonlisävero		
= Myynti ilman alv:a		
– Hankintameno		
= Katetuotto		
Katetuottoprosentti		

Kannattiko hinta laskea 9,90 euroon?

15. Mitkä olisivat sopivimmilta tuntuvat hinnat seuraavissa tapauksissa psykologista hinnoittelua käyttäen?

	Sopivimmalta tuntuva hinta
23,77 euroa	_____
17,11	_____
38,72	_____
151,30	_____
237,43	_____

16. Seppo laski, että erästä tuotetta myydään kuukausittain keskimäärin 100 kappaletta kun tuotteen arvonlisäveroton hinta on 10 euroa. Jokaiselta kappaleelta hän saa 20 % katetta. Paljonko hävikki vaikuttaa Sepon yrityksen tulokseen, jos se eräänä kuukautena on viisi prosenttia?

	Normaalitilanne	5 %:n hävikki
Myynti (ilman arvonlisäveroa)	_____	_____
– Hankintameno	_____	_____
= Katetuotto	_____	_____

Hävikin vaikutus Sepon yrityksen saamaan katetuottoon: _____ euroa

_____ prosenttia

Katetuottoprosentti:

17. Santtu on valmistunut merkonomiksi muutama vuosi sitten. Valmistumisen jälkeen hän on työskennellyt mainostoimistossa erilaisissa mainosten suunnittelu- ja toteutustehtävissä. Nyt hän harkitsee oman mainosalan yrityksen perustamista. Uuden yrityksen tarkoituksena olisi toteuttaa pienille ja keskisuurille yrityksille mainoskampanjoita tuntihintalaskutusperiaatteella.

Santtu laski kustannukset, jotka hänelle muodostuisivat ensimmäisenä toimintavuotena:

–	toimitilan vuokra	(450 €/kk)	5 400
–	liiketoiminnan kustannukset	(530 €/kk)	6 360
–	korkokustannukset	(50 €/kk)	600
–	oma palkka	(1400 €/kk)	16 800
–	palkan sivukustannukset 30 %	(420 €/kk)	5 040

Santtu arvioi, että pystyisi laskuttamaan ensimmäisen vuoden aikana yhteensä 900 työtuntia.

a. Mikä tulisi Santun yrityksen tuntilaskutushinnaksi ilman arvonlisäveroa, jotta hän pystyisi saamaan suunnittelemansa kuukausipalkan?

b. Mikä olisi tuntilaskutushinnan oltava, jos Santtu pyrkiikin saamaan oman palkkansa lisäksi vielä 9 000 euroa voittoa yritykselle samalla työtuntimäärällä?

c. Santtu arvioi pystyvänsä työskentelemään 220 päivänä vuoden kuluessa. Kuinka monta laskutettavaa tuntia/työpäivä Santun tulisi tällöin keskimäärin saada?

5. Kannattavuuden parantaminen

Tässä luvussa opitaan, miten katetuottolaskelmaa voidaan käyttää hyväksi, kun suunnitellaan yrityksen kannattavuuden parantamista. Lisäksi opitaan, mitä tarkoittaa kapasiteetti, toiminta-aste ja toimintasuhde.

Opiskeltuasi tämän luvun tiedät

- **miten hintojen ja muuttuvien kustannusten muutokset vaikuttavat yrityksen katetuottoon ja tulokseen**
- **mitä tarkoittaa kapasiteetti, toiminta-aste ja toimintasuhde**
- **miten kapasiteetin muutos vaikuttaa yrityksen tulokseen.**

Digame Ky

Digame Ky on pienehkö mutta hyvin menestyvä matkapuhelinliike. Se on jo useamman vuoden ajan pystynyt parantamaan kannattavuuttaan sekä myyntituottoja lisäämällä että kustannuksia karsimalla. Kustannusten karsiminen ei kuitenkaan ole merkinnyt palvelun huonontumista. Kustannussäästöjä on saatu aikaan muun muassa tehostamalla päivittäisiä rutiineja ja karsimalla turhia kustannuksia.

Kapasiteetti, toiminta-aste ja toimintasuhde

Kapasiteetti tarkoittaa yrityksen enimmäissuoritemäärää tiettynä ajanjaksona, esimerkiksi päivässä tai kuukaudessa. Kapasiteetti voi olla esimerkiksi työtunteja, asiakaskäyntejä tai valmistettavia tuotteita. Kapasiteetti aiheuttaa yritykselle kiinteitä kustannuksia. Kapasiteettia voidaan lisätä esimerkiksi palkkaamalla lisää työntekijöitä tai ostamalla uusia koneita, jolloin kiinteät kustannukset kasvavat.

Digame Ky:ssä yhden asiakkaan palveluun kuluu keskimäärin 15 minuuttia. Tunnissa myyjä ehtii palvella enintään neljää asiakasta. Myyjän kapasiteetti on täten 8-tuntisena työpäivänä 4 x 8 = 32 asiakaspalvelua.

Toiminta-aste kertoo miten paljon tavaroita tai palveluja todellisuudessa on tuotettu tiettynä aikana. Toiminta-aste on yleensä alhaisempi kuin kapasiteetti, koska kaikkina päivinä Digame Ky:n myyjälle ei tule 32 asiakasta.

Toimintasuhde ilmoittaa, kuinka monta prosenttia yrityksen kapasiteetista on käytössä.

$$\text{Toimintasuhde} = \frac{\text{Toiminta-aste}}{\text{Kapasiteetti}} \times 100\ \%$$

Kun Digame Ky:n myyjä eräänä päivänä palveli 24 asiakasta, toiminta-aste oli 24 ja toimintasuhde:

$$\frac{24}{32} \times 100\ \% = 75\ \%.$$

Kannattavuuden parantamisen menetelmät

Kannattavuuden parantamisessa yrityksellä on käytettävissä eri keinoja. Niitä voidaan käyttää joko yksin tai yhdessä. Keskeisiä keinoja ovat myyntimäärän lisäys, myyntihinnan nostaminen, muuttuvien kustannusten alentaminen, kiinteiden kustannusten alentaminen ja kapasiteetin sopeuttaminen.

Myyntimäärän lisäys

Jotta yritys pystyisi lisäämään myyntimäärää eli myynnin volyymiä, nykyisten asiakkaiden pitäisi ostaa enemmän tai yrityksen pitäisi saada uusia asiakkaita.

Digame Ky:ssä matkapuhelimien myynti on lisääntynyt sen johdosta, että niiden käyttö yleensäkin on lisääntynyt, mutta myös yrityksen omien toimenpiteiden ansiosta. Myös oheislaitteiden myyntiä on saatu lisätyksi erilaisilla kampanjoilla.

Lisämyynti tuo lisäeuroja yrityksen kassaan, mikä merkitsee tuottojen lisäystä. Mutta mitä tapahtuu kustannuksille? Kasvavatko ne ja jos, niin miten? Vastaus riippuu siitä, puhutaanko muuttuvista vai kiinteistä kustannuksista. Kun tuotteita myydään enemmän, niitä joudutaan hankkimaan enemmän. Myynnin kasvaessa siis tuotteiden hankintakustannukset eli muuttuvat kustannukset kasvavat. Yrityksen vuokriin, palkkoihin ym. kiinteisiin kustannuksiin ei myynnin lisäys vaikuta. Jos myynnin lisäys on kuitenkin suuri, ei olemassa olevalla henkilöstöllä, liiketiloilla jne. ehkä enää tullakaan toimeen, jolloin myös kiinteät kustannukset kasvavat.

Kun matkapuhelinvalmistaja toi markkinoille uuden mallin, Digame Ky myi sitä ensimmäisen kuukauden aikana 400 kappaletta. Mallista tuli suosittu, joten jo seuraavassa kuussa sen menekki lisääntyi 40:llä. Matkapuhelinten katetuotto oli 120 euroa, joten katetuotto kasvoi 40 x 120 euroa eli 4 800 euroa. Kahden kuukauden luvut olivat seuraavat:

	1. kuukausi		2. kuukausi	
Myynti	400 kpl à 300	120 000	440 kpl à 300	132 000
Muuttuvat kustannukset	400 kpl à 180	72 000	440 kpl à 180	79 200
Katetuotto	400 kpl à 120	48 000	440 kpl à 120	52 800
Katetuottoprosentti		40 %		40 %

Myynnin lisäys on 10 %. Kun myyntimäärä kasvaa, myös muuttuvat kustannukset ja katetuotto kasvavat samassa suhteessa, joten niihinkin on tullut 10 %:n lisäys. Jos myynnin lisäys ei aiheuta kiinteiden kustannusten kasvua esimerkiksi

lisääntyneiden mainoskustannusten johdosta, voitto kasvaa samalla euromäärällä kuin katetuottokin.

Katetuottoprosentti oli sama 40 kumpanakin kuukautena, koska myynti- ja ostohinnat pysyivät samoina. Katetuottoprosenttiin myyntimäärän lisäys ei vaikuta.

Myyntihinnan nostaminen

Yritykset eivät voi noin vain nostaa tuotteidensa hintoja ja odottaa, että asiakkaat ostavat yhtä paljon kuin ennen. Hinnan nousulle täytyy yleensä olla jokin perusteltu syy. Syynä voi olla esimerkiksi se, että tuotteella on joitain ominaisuuksia, joita sillä aikaisemmin ei ole ollut, tai että se on jollain lailla parempi kuin ennen.

Digame Ky nosti uuden matkapuhelinmallin hintaa 10 %:lla, samoin kuin muutkin samaa mallia myyvät yritykset. Mallin suosio oli ylittänyt odotukset, joten asiakkaat joutuivat odottamaan puhelintaan parikin viikkoa. Hinnan nostaminen ei täten vähentänyt asiakkaiden ostohalukkuutta, vaan myyntimäärä pysyi ennallaan. (Vertailun helpottamiseksi on lähtötilanteeksi otettu alkuperäinen 400 matkapuhelimen myynti.)

	Ennen hinnan nostamista		Hinnan nousu 10 %	
Myyntituotot	400 kpl à 300	120 000	400 kpl à 330	132 000
Muuttuvat kustannukset	400 kpl à 180	– 72 000	400 kpl a 180	– 72 000
Katetuotto	400 kpl à 120	48 000	400 kpl a 150	60 000
Katetuottoprosentti		40 %		45,45 %

Koska sama määrä tuotteita on myyty 10 % korkeammilla hinnoilla, myyntituotot ovat kasvaneet 10 %. Katetuoton lisäys on kuitenkin enemmän kuin 10 %, koska tuotteen myyntihinnan ja ostohinnan välinen erotus eli katetuotto on kasvanut.

Hinnan nostaminen ei lisännyt kiinteitä kustannuksia, joten voitto kasvoi samalla euromäärällä kuin katetuotto.

Kustannusten alentaminen

Paitsi myyntituottoja lisäämällä tulokseen voidaan vaikuttaa myös kustannuksia alentamalla. Jotta muuttuvia kustannuksia saadaan pienennettyä, on tuotteet pystyttävä ostamaan tai valmistamaan halvemmalla kuin ennen. Muuttuvat kustannukset pienentyvät tietenkin myös silloin, kun toiminta supistuu, mutta tällöinhän kannattavuus yleensä heikkenee eikä parane.

Kun Digame Ky:n toiminta laajeni, sen kannattavuus parani lisääntyneen myynnin johdosta. Lisääntyneellä myynnillä oli myös se suotuisa vaikutus, että suu-

rentuneen ostomääränsä ansiosta Digame Ky sai neuvoteltua matkapuhelinten ostohintoihin 18 euron alennuksen. 400 puhelimen myynnissä se merkitsi katetuottoon 7 200 euron lisäystä (400 x 18 euroa).

	Ennen hinnan muutosta		Ostohinnan alennus 10 %	
Myynti	400 kpl à 300	120 000	400 kpl à 300	120 000
Muuttuvat kustannukset	400 kpl à 180	72 000	400 kpl à 162	64 800
Katetuotto	400 kpl à 120	48 000	400 kpl à 138	55 200
Katetuottoprosentti	40 %		46 %	

Alentunut ostohinta on lisännyt matkapuhelimista saatavaa katetuottoa ja nostanut katetuottoprosenttia. Ostohinnan alennus ei vaikuta kiinteisiin kustannuksiin, joten voitto kasvaa yhtä monta euroa kuin katetuottokin.

Mitä suurempi asiakas yritys on, sitä helpompi sen on neuvotella toimittajien kanssa alhaisemmista ostohinnoista. Pienille yrityksille alennusten saaminen onnistuu usein vain silloin, kun ostomäärä kasvaa.

Kiinteiden kustannusten alentaminen esimerkiksi henkilökuntaa vähentämällä saattaa vaikuttaa toimintaan kielteisesti vähentyneenä myyntinä. Jos kiinteitä kustannuksia pystytään alentamaan ilman, että se vaikuttaa myyntiin, tulos paranee kiinteiden kustannusten laskun verran. Katetuottoprosenttiin kiinteiden kustannusten muutos ei vaikuta.

Digame Ky:ssä pystyttiin alentamaan kiinteitä kustannuksia 800 eurolla kuukaudessa käymällä läpi kustannuksia ja etsimällä niihin säästömahdollisuuksia. Kiinteiden kustannusten alenemisen johdosta Digame Ky:n tulos parani 800 euroa.

Kapasiteetin sopeuttaminen

Yritys voi parantaa tulostaan sopeuttamalla kapasiteettiaan joko lisäämällä tai vähentämällä. Kapasiteettia lisäämällä yritys voi saada enemmän myyntituottoja kuin aiemmin. Kun myyntituotoista jäävä katetuotto on suurempi kuin kapasiteetin lisäämisestä aiheutuneet kiinteät kustannukset, saa yritys lisää voittoa. Kapasiteettia vähentämällä yritys voi päästä eroon sellaisista kiinteistä kustannuksista, jotka muodostuvat, vaikka kapasiteetti ei olisikaan käytössä. Tarpeettomien kiinteiden kustannusten karsiminen parantaa yrityksen tulosta saman verran kuin tällä karsimisella saavutetaan säästöä.

Digame Ky:ssä päätettiin lisätä myyntikapasiteettia palkkaamalla uusi osa-aikainen myyjä. Kun uuden myyjän aikaansaamasta lisämyynnistä saatu katetuotto on suurempi kuin hänen palkkauksestaan aiheutuneet kustannukset, paranee Digame Ky:n tuloskin.

Kapasiteetti	on yrityksen enimmäissuoritemäärä tiettynä ajanjaksona.
Toiminta-aste	on todellinen suoritemäärä tiettynä ajanjaksona.
Toimintasuhde	on toiminta-aste prosentteina kapasiteetista.

Testaa tietosi: 10 kysymystä

	Oikein	Väärin
1. Myyntimäärän lisäys tarkoittaa automaattisesti myös kiinteiden kustannusten lisääntymistä.		
2. Myyntihinnan nostamisen ansiosta tuotekohtainen katetuotto paranee, koska muuttuvat kustannukset pysyvät ennallaan.		
3. Myyntimäärän aleneminen ei automaattisesti laske kiinteiden kustannusten määrää.		
4. Kiinteiden kustannusten alentaminen ei suoranaisesti vaikuta yrityksen tulokseen.		
5. Kannattavuus paranee, jos katetuottoprosenttia saadaan nostettua.		
6. Jos katetuotto kasvaa yhtä paljon kuin kiinteät kustannukset laskevat, tulos pysyy ennallaan.		
7. Jos tuotteita saadaan myytyä kaksi prosenttia aikaisempaa enemmän, myös katetuotto kasvaa kaksi prosenttia.		
8. Toiminta-asteen laskiessa myös muuttuvat kustannukset laskevat.		
9. Kapasiteetti on yrityksen enimmäissuoritemäärä tiettynä aikajaksona.		
10. Toimintasuhde ilmaisee yrityksen suoritemäärän esimerkiksi kappaleina.		

Tehtävät

1. a. Parturi ehtii leikata tunnissa kahden asiakkaan tukan. Mikä on parturin kapasiteetti viikossa, jos liike on auki 8 tuntia päivässä viitenä päivänä viikossa?

b. Kesäkuun ensimmäisellä viikolla parturi leikkasi 70 asiakkaan tukan viikossa. Mikä oli parturin toiminta-aste tällä viikolla?

c. Paljonko on koko kesäkuun toimintasuhde, jos kesäkuun toisen viikon toiminta-aste on 66 asiakasta, kolmannen 80 asiakasta ja neljännen 64 asiakasta?

2. Nurkkakaappi Oy valmistaa puisia nurkkakaappeja. Yrityksen kapasiteetti on 6 000 nurkkakaappia vuodessa. Yhden nurkkakaapin muuttuvat kustannukset ovat 140 euroa ja yrityksen kiinteät kustannukset ovat vuodessa 240 000 euroa.

a. Laske yrityksen kustannukset seuraavilla tuotantomäärillä:

Tuotanto-määrä (kpl)	Muuttuvat kustannukset		Kiinteät kustannukset		Kokonaiskustannukset	
	Yhteensä	Kappaleelta	Yhteensä	Kappaleelta	Yhteensä	Kappaleelta
0						
500						
1 000						
2 000						
3 000						
4 000						
5 000						
6 000						

b. Nurkkakaappi Oy:ssä valmistettiin viime vuonna 4 800 nurkkakaappia. Mikä oli sen toimintasuhde?

c. Mikä oli yhden kaapin kustannus?

3. Tuotteen myyntihinta on 100 euroa ja ostohinta 60 euroa. Kuukaudessa tuotetta myydään 500 kappaletta.

a. Laadi alla olevaan taulukkoon laskelma tämän hetkisestä katetuotosta. Laadi lisäksi vaihtoehtoiset laskelmat olettaen, että myyntimäärä kasvaa 10 % tai hintaa nostetaan 10 %.

	Nykyinen myynti kpl à yhteensä	Uusi myyntimäärä kpl à yhteensä	Uusi myyntihinta kpl à yhteensä
Myyntituotot			
Muuttuvat kustannukset			
Katetuotto			
Katetuotto-%			

b. Laske kriittinen piste ja varmuusmarginaali kaikista kolmesta vaihtoehdosta, kun kiinteät kustannukset ovat 10 000 euroa.

4. Asterix Oy myy potkulautoja 45 %:n katteella. Sen kiinteät kustannukset ovat 6 000 euroa. Täydennä alla oleva taulukko.

	Nykyinen myynti 300 kpl à 80 euroa	Ostohinta laskee 10 %	Kiinteät kustannukset laskevat 1 000 euroa
Myyntituotot			
Muuttuvat kustannukset			
Katetuotto			
Kiinteät kustannukset			
Tulos			
Katetuotto-%			
Kriittinen piste (€)			
Varmuusmarginaali (€)			

5. Farkkupuodissa myydään kolmea eri tuotelajia. Myynti on yhteensä 4 000 euroa.

a. Laske tuotelajien myyntituotot sekä katetuotot. Laske myös keskimääräinen katetuottoprosentti.

Tuote	Osuus myynnistä	Myynti eur	Katetuotto %	eur
College-pusero	32 %	_____	35 %	_____
Farkut	40 %	_____	40 %	_____
T-paita	28 %	_____	30 %	_____
Yhteensä		_____		_____

b. Farkkupuoti pohtii kannattavuuden parantamista. Laske taulukon luvut uudelleen, jos Farkkupuoti alentaa farkkujen hintaa 10 %. Hinnanalennuksen seurauksena niiden myynnin ennakoidaan kasvavan 20 %.

Tuote	Myynti eur	Osuus myynnistä %	Katetuotto %	eur
College-pusero	_____	_____	_____	_____
Farkut	_____	_____	_____	_____
T-paita	_____	_____	_____	_____
Yhteensä	_____	_____		_____

Laske keskimääräinen katetuottoprosentti.

Kannattaako hinnanalennus toteuttaa?

_____

_____

_____

c. Laske taulukon luvut uudelleen, jos kaikkien tuotteiden hintaa nostetaan 20 %, jolloin myynnin ennakoidaan laskevan 10 %.

Tuote	Myynti	Osuus myynnistä	Katetuotto	
	eur	%	%	eur
College-pusero	_____	_____	_____	_____
Farkut	_____	_____	_____	_____
T-paita	_____	_____	_____	_____
Yhteensä	_____	_____		_____

Laske keskimääräinen katetuottoprosentti.

Kannattaako hintoja nostaa?

_____

_____

_____

6. Siru valmistaa ja myy koruja. Uutuustuotteena ovat kuukauden ajan olleet korvakorut, joita Siru on myynyt 25 %:n katetuotolla. Siru on suunnitellut nostavansa korvakorujen hintaa 10 %, jotta niiden katetuottoprosentti olisi sama kuin muidenkin korujen. Siru arvioi, että hinnan nousu pienentäisi korvakorujen menekkiä 20 %. Alla olevasta taulukosta näet kuinka monta prosenttia myynti voi laskea, jotta katetuotto säilyy ennallaan jos hintaa nostetaan.

Hinnankorotus-%	Nykyinen katetuotto-%						
	10	15	20	25	30	35	40
	Prosentuaalinen määrän lasku, joka pitää katetuoton ennallaan						
2,0	17	12	9	7	6	5	5
3,0	23	17	13	11	9	8	7
4,0	29	21	17	14	12	10	9
5,0	33	25	20	17	14	12	11
7,5	43	33	27	23	20	18	16
10,0	50	30	33	29	25	22	20
15,0	60	50	43	37	33	30	27

Kannattaako Sirun nostaa korvakorujen hintaa?

7. Kioskissa myydään lehtiä, makeisia, virvoitusjuomia ja jäätelöä. Myynti yhteensä on 30 000 euroa.

a. Laske kunkin tuotteen osuus kokonaismyynnistä sekä tuotteiden katetuotot.

Tuote	Osuus myynnistä	Myynti eur	Katetuotto %	eur
Lehdet	20 %	_____	15 %	_____
Makeiset	30 %	_____	40 %	_____
Virvoitusjuomat	40 %	_____	38 %	_____
Jäätelö	10 %	_____	50 %	_____
Yhteensä		_____		_____

Laske keskimääräinen katetuottoprosentti.

b. Laske taulukon luvut uudelleen, kun myynnin jakauma muuttui alla olevan mukaiseksi.

Tuote	Osuus myynnistä	Myynti eur	Katetuotto %	eur
Lehdet	10 %	_____	15 %	_____
Makeiset	40 %	_____	40 %	_____
Virvoitusjuomat	30 %	_____	38 %	_____
Jäätelö	20 %	_____	50 %	_____
Yhteensä		_____		_____

Laske keskimääräinen katetuottoprosentti.

Miten muuttui kannattavuus ja mistä muutos aiheutui?

_____

_____

8. Askel Oy myy kävelysauvoja 35 %:n katteella. Lisääntyneen kilpailun takia sauvojen menekki on vähentynyt, joten yrityksessä on pohdittu hintojen alentamista 4–5 %. Kuinka monta prosenttia Askel Oy:n pitäisi lisätä sauvojen myyntiä, jotta katetuotto säilyisi ennallaan, jos hintaa alennetaan

a. 4 % _____

b. 5 %?_____

Hinnan alennuksen edellyttämä myyntimäärän lisäys

Hinnanalennus-%	Nykyinen katetuotto-%						
	10	15	20	25	30	35	40
	Prosentuaalinen määrän lisäys, joka pitää katetuoton ennallaan						
2,0	25	15	11	9	7	6	5
3,0	43	25	18	14	11	9	8
4,0	67	36	25	19	15	13	11
5,0	100	50	33	25	20	17	14
7,5	300	100	60	43	33	27	23
10,0		200	100	67	50	40	33
15,0			300	150	100	75	60

9. Tenavat Oy valmistaa leluja. Sen katetuottolaskelma oli viime vuodelta seuraava:

Myyntituotot		83 000
Muuttuvat kustannukset:		
Aineet	25 000	
Valmistuspalkat	20 000	
Muut muuttuvat kustannukset	8 000	53 000
Katetuotto		30 000
Kiinteät kustannukset		26 000
Voitto		4 000

a. Laske katetuottoprosentti.

b. Yritys harkitsee seuraavana vuonna 3 000 euroa maksavaa mainoskampanjaa. Kampanjan arvioidaan tuovan lisää myyntituottoja 7 500 euroa. Kannattaako kampanja toteuttaa?

c. Paljonko markkinointikampanjan olisi vähintään lisättävä myyntiä, jotta se kannattaisi?

d. Tenavat Oy:n paras tuote on moottorilennokki. Sen myynti on viime vuosina ollut 30 % koko liikevaihdosta. Moottorilennokkia myydään 40 %:n katteella. Kuinka suuri myynninlisäys moottorilennokin myynnissä tarvitaan, jotta 10 %:n hinnanalennus olisi kannattava?

e. Edellisestä poikkeavasti hintoja päätetään kuitenkin seuraavana vuonna hieman nostaa. Samalla päätetään toteuttaa koko maan käsittävä markkinointikampanja yrityksen tuotteiden tunnetuksi tekemiseksi. Toimintasuunnitelma rakennetaan seuraavasti:

– Markkinointiin uhrataan 5 800 euroa.
– Myynnin määrän kasvuksi ennakoidaan 10 %.
– Tavoitevoitoksi asetetaan 5 000 euroa.

Miten suureen hinnankorotukseen mainittu suunnitelma perustuu?

10. Fax-Max Oy myy tietokoneita, joiden myyntihinta on 800 euroa ja ostohinta 480 euroa. Kuukauden myynti on 10 konetta. Kiinteät kustannukset ovat 3 000 euroa kuukaudessa.

a. Laadi Fax-Max Oy:n yhden kuukauden katetuottolaskelma.

Myyntituotot _____

Muuttuvat kustannukset _____

Katetuotto _____

Kiinteät kustannukset _____

Voitto _____

Laske katetuottoprosentti.

b. Tukkuliikkeen kanssa sovittujen ostoerien ansiosta saadaan hankintahintoja alennetuksi 5 %. Miten muuttuu Fax-Max Oy:n tulos?

c. Tietokoneiden myyntihintaa alennetaan 80 euroa, minkä seurauksena menekki kasvaa 4 kappaletta. Miten muuttuu tulos?

d. Puhelin- ja muita toimistokustannuksia saadaan alennetuksi 250 euroa kuukaudessa. Miten muuttuu tulos?

e. Fax-Max Oy on päättänyt toteuttaa suoramainoskampanjan, jonka kustannuksiksi on laskettu 3 300 euroa. Mainonnan arvioidaan kasvattavan myyntiä 30 % neljän kuukauden aikana. Tämän jälkeen myynnin arvellaan palaavan normaalitasolle. Laadi katetuottolaskelma ja mieti, kannattaako mainoskampanja toteuttaa. Tehtävässä ei oteta huomioon kolmen edellisen kohdan vaikutuksia.

	Ilman mainontaa	Mainoskampanjan vaikutus
Myyntituotot		
Muuttuvat kustannukset		
Katetuotto		
Kiinteät kustannukset		
Voitto/tappio		

Kannattiko mainoskampanja?

11. Yritys tuo maahan ja myy polkuautoja, joiden myyntihinta on 100 euroa kappaleelta ja hankintahinta 50 euroa kappaleelta. Myyntimäärä on 30 polkuautoa kuukaudessa ja kiinteät kustannukset 800 euroa.

a. Laadi katetuottolaskelma ja laske katetuottoprosentti.

b. Kuinka suuri on myynnin oltava, jotta voittoa tulisi 350 euroa?

c. Paljonko polkuautojen myynnin pitäisi vähintään nousta kuukaudessa (kpl ja euroa), jotta yrityksen kannattaisi käyttää kuukaudessa mainontaan 300 euroa enemmän kuin ennen?

d. Paljonko polkuautoja pitäisi vähintään myydä kuukaudessa, jotta 10 %:n hinnanalennus olisi kannattava? Laske sekä euroina että kappaleina.

12. Sporttistartti Oy:llä on kolme osastoa: urheiluvälineet, vaatteet ja pyöräily. Kuluneen vuoden myyntituotot ovat 960 000 euroa, josta urheiluvälineiden osuus on 20 %, vaatteiden 44 % ja pyöräilyn loput. Urheiluvälineiden katetuotto on 24 %, vaatteiden 28 % ja pyöräilyosaston 25 %.

Yrityksessä on ollut vuosittain tapana palkita kannattavin osasto. Tänä vuonna palkintona on elämys- ja seikkailumatka Lappiin. Laadi laskelma eri osastojen kannattavuudesta. Osastojen kiinteitä erilliskustannuksia ovat osaston työntekijöiden palkat henkilösivukustannuksineen sekä osaston pinta-alan mukainen osuus yrityksen vuokrista. Ne jakautuvat seuraavasti:

	Palkat ja henkilösivukustannukset	Vuokrat
Urheiluvälineet	41 800	18 000
Vaatteet	74 000	26 000
Pyöräily	43 800	15 500

a. Laadi osastokohtaiset kannattavuuslaskelmat. Laske kunkin osaston katetuottoprosentti.

	Urheiluvälineet	Vaatteet	Pyöräily
Myyntituotot	_____	_____	_____
Muuttuvat kustannukset	_____	_____	_____
Katetuotto	_____	_____	_____
Katetuottoprosentti	_____	_____	_____
Kiinteät erilliskustannukset:			
Palkat ja henkilösivukustannukset	_____	_____	_____
Vuokrat	_____	_____	_____
Erilliskate	_____	_____	_____
Erilliskateprosentti	_____	_____	_____

b. Minkä osaston työntekijät voittavat Lapin matkan?

_____

_____

_____

13. Salamanteri & Kumpp. Ky:n kiinteät kustannukset ovat 150 000 euroa vuodessa. Päättyneen vuoden myynti on ollut 1 800 000 euroa ja keskimääräinen katetuottoprosentti puolestaan 28.

a. Laadi päättyneen vuoden katetuottolaskelma ja laske tulos.

b. Jos seuraavana vuonna alennetaan myyntihintoja 3 % ja oletetaan tämän vuoksi menekin kasvavan 5 %, niin miten tulos muuttuu edelliseen vuoteen verrattuna?

c. Vuokrat ovat kiinteistä kustannuksista 40 % ja palkat 50 %. Vuokrien korotuksia on odotettavissa ensi vuoden alussa 10 000 euroa. Työehtosopimusten mukaan palkkoja tullaan korottamaan 8 %. Ostohintojen nousun odotetaan olevan 2 %. Kuinka paljon Salamanterin on korotettava myyntihintoja, jotta tulos pysyisi ennallaan? Myynnin määrässä ei katsota tapahtuvan muutoksia.

d. Kustannusten nousu on tärkeä hinnankorotuksiin vaikuttava tekijä. Tee yhteenveto seikoista, jotka hinnoittelussa on mielestäsi otettava huomioon.

6. Rahan tarve yrityksessä

Tässä luvussa käsitellään yrityksen rahan tarvetta. Rahoitus on kannattavuuden ohella yrityksen toiminnan keskeisimpiä asioita. Ilman rahaa ei yritystoimintaa voi aloittaa.Toiminnalla ei myöskään ole jatkuvuutta, jos raha-asioita ei kyetä hoitamaan. Kannattavankin yrityksen toiminta voidaan joutua lopettamaan, jos rahat eivät riitä.

Opiskeltuasi tämän luvun tiedät,

- **miten yrityksen rahan tarve lasketaan**
- **mistä yritys saa rahaa**
- **mitä raha maksaa**
- **mitä tarkoittaa vakavaraisuus.**

BodyTiimi Oy

Aki Pauna on kuntohoitaja. Hän työskenteli useita vuosia kaupungin keskustassa sijaitsevan suuren kuntosalin palveluksessa. Opittuaan sitkeän työn kautta alan vaatimukset, hän päätti perustaa oman yrityksen, BodyTiimi Oy:n. Aki vuokrasi tyhjäksi jääneen liikehuoneiston vilkkaan liikekeskuksen läheisyydestä. Hyvän suunnittelun ansiosta tiloihin saatiin mahtumaan kuntosali, pieni aerobicsali sekä sauna suihku- ja pukuhuoneineen. Koska kuntosali on auki viikon jokaisena päivänä ja siellä järjestetään lisäksi liikuntatunteja, Aki palkkasi heti alkuvaiheessa palvelukseensa yhden liikunnanohjaajan.

Suunnitellessaan yrityksensä perustamista Aki oivalsi, että yritystoiminnan keskeinen tekijä on raha. Ilman rahaa ei yritystoimintaa voi aloittaa. Raha-asioiden huolellinen hoitaminen on yrityksen toiminnan jatkuvuuden edellytyksiä.

Mihin rahaa tarvitaan

Kun yritys perustetaan, rahaa tarvitaan esimerkiksi konttorikalusteisiin, myymäläkalusteisiin, tietokoneisiin ja autoihin. Ne on tarkoitettu yrityksen pitkäaikaiseen käyttöön ja niistä käytetään nimitystä käyttöomaisuus. Kun yritys ostaa käyttöomaisuutta, se investoi. Hankittuihin koneisiin ja laitteisiin sitoutuu samalla rahaa.

Investointien ohella rahaa tarvitaan myös mahdollisten kauppatavaroiden hankkimiseen, mainontaan, toimistotarvikkeisiin, vuokriin ja palkkoihin. Myös tällöin yrityksen toimintaan sitoutuu rahaa.

Aki suunnitteli tekevänsä vuokratuissa tiloissa remontin, jotta ne soveltuisivat mahdollisimman hyvin kuntosali- ja virkistystoimintaan. Tämä vaatii tietenkin rahaa yrityksen toimintaa aloitettaessa.

Akin arvio rahan tarpeesta oli seuraava:

Investoinnit:	
Huoneiston remontti	5 000
Kuntosalilaitteet	20 000
Kuntosalin kalustus	3 500
Solarium	1 500
Investoinnit yhteensä	30 000
Muu rahantarve:	
Alkuvarasto (virvoitus- ja kuntojuomat)	100
Kuntosalin vuokrat (2 kk)	1 000
Henkilöstökulut (2 kk)	3 000
Muut kustannukset	900
Muu rahan tarve yhteensä	5 000
Yhteensä Akin rahantarve on siten:	
Investoinnit	30 000
Muu rahantarve	5 000
Rahan tarve yhteensä	35 000

Mistä rahaa saadaan

Kuntosali saa rahaa kuntosalimaksuina, liikuntatunneista ja virvoitusjuomamyynnistä. Toimintaa aloittaessaan Akilla ei kuitenkaan vielä ollut tuloja. Perustamiseen tarvittava raha oli hankittava jostain muualta. Aki oli kuntohoitajana toimiessaan pystynyt säästämään 8 000 euroa, josta muodostui tärkeä osa BodyTiimi Oy:n alkurahoituksesta. Omat säästöt eivät kuitenkaan riittäneet. 27 000 euroa oli hankittava jostain muualta. Aki meni läheiseen pankkiin keskustelemaan lisärahoituksen järjestämisestä. Koska Akin perustamissuunnitelmat olivat huolella laaditut ja hanke näytti lupaavalta, pankinjohtaja lupasi järjestää Akille lainan.

Lainaneuvotteluiden kuluessa pohdittiin vielä muitakin vaihtoehtoja, joiden avulla Aki voisi pienentää lainan tarvetta. Pankinjohtaja kertoi, että yritykset voivat saada käyttöönsä tarvitsemiaan koneita ja laitteita ostamisen sijaan myös pitkäaikaisilla vuokrasopimuksilla eli leasing-sopimuksilla. Kuntosalilaitteet oli-

vat uuden kuntosalin kallein hankinta, joten Aki kiinnostui tästä rahoitusvaihtoehdosta. Leasing-rahoitusta käyttämällä hän ei tarvitsisi heti koko rahamäärää kuntosalilaitteiden hankintaan vaan voisi maksaa niistä kuukausittaisen leasing-vuokran yrityksen jo toimiessa.

”Tämähän on kätevää. Leasing-rahoituksen avulla voin jaksottaa rahankäyttöä pidemmälle aikavälille tekemällä esimerkiksi kolmen vuoden leasingvuokrasopimuksen. Sopimuksen päättyessä voin tehdä uuden sopimuksen ja saada jälleen uudet ja ajanmukaiset kuntosalilaitteet ”, hän pohti.

Aki korjasi laskelmiaan. Uusitut laskelmat näyttivät leasing-vaihtoehdon jälkeen seuraavilta.

Investoinnit:	
Huoneiston remontti	5 000
Kuntosalin kalustus	3 500
Solarium	1 500
Investoinnit yhteensä	10 000
Muu rahantarve:	
Alkuvarasto (virvoitus- ja kuntojuomat)	100
Kuntosalin vuokrat (2 kk)	1 000
Leasing-vuokrat (2 kk)	500
Henkilöstökulut (2 kk)	3 000
Muut kustannukset	900
Muu rahantarve yhteensä	5 500

BodyTiimi Oy:n alkurahoitus järjestyi seuraavalla tavalla:

Oma pääoma	8 000
Lainarahoitus	7 500
Rahoitus yhteensä	15 500

Yrityksen omaa pääomaa on yrityksen omistajien yritykseen sijoittama raha. Oma pääoma sijoitetaan yritykseen ennalta määräämättömäksi ajaksi ja sille voidaan saada korvausta, jos yritys tuottaa voittoa.

Vierasta pääomaa on pankilta tai muilta luotonantajilta lainaksi saatu raha. Lainatusta rahasta maksetaan luotonantajalle korkoa ja laina pitää maksaa ta-

kaisin ennalta sovitun laina-ajan kuluttua. Lainaa voidaan sopia lyhennettävän myös osissa esimerkiksi kuukausittain tai kerran vuodessa.

Yksi yleinen vieraan pääoman muoto on luotollinen pankkitili. Tällöin yrityksen ja pankin välillä on sovittu tilille esimerkiksi 10 000 euron luottoraja (luottolimiitti), jota yritys voi käyttää joustavasti tarpeen mukaan. Luotollinen tili on yritykselle kätevä: kun yrityksellä on jonakin päivänä omia laskuja maksettavanaan enemmän kuin pankkitilillä on rahaa, voi yritys käyttää hyväksi luotto-ominaisuutta ja maksaa laskut. Vastaavasti luotto pienenee seuraavina päivinä asiakkaiden maksaessa yritykselle laskujaan.

Omaa ja vierasta pääomaa kutsutaan pääomarahoitukseksi. Yritys joutuu turvautumaan pääomarahoitukseen usein toimintansa alkuvaiheessa, sillä yritystoiminnan käynnistämiseen kuluu rahaa jo ennen kuin myyntituloja alkaa kertyä. Myöhemmin pääomarahoitusta käytetään yritystoiminnan laajentuessa ja uusia investointeja tehtäessä.

BodyTiimi Oy:n perustaja sijoitti toimintaa aloitettaessa yhtiön omaksi pääomaksi 8 000 euroa. Lisäksi hän neuvotteli 7 500 euron pankkilainan, joka on yritykselle vierasta pääomaa.

Rahoituksen kustannukset

Yritys ei saa rahaa käyttöönsä ilmaiseksi, vaan rahoista on maksettava korvaus. Omistajille eli oman pääoman sijoittajille korvaus voidaan maksaa osinkoina tai voitto-osuuksina yritysmuodosta riippuen. Osinkoa voidaan maksaa vain yrityksen voitosta ja se perustuu yhtiökokouksessa tehtyyn päätökseen. Hyvän tuloksen vuosina Aki voi saada yhtiöstään runsaasti osinkoja, mutta tappiollisena vuotena osinko voi jäädä kokonaan saamatta.

Vieraan pääoman kustannus on lainasta maksettava korko ja mahdolliset toimitusmaksut ja muut lainanhoitokulut. Pankkien perimät korot ja maksut vaihtelevat, joten lainaa tarvittaessa siitä kannattaa neuvotella useamman pankin kanssa. Yrityksen kannattaa valita aina kokonaiskustannuksiltaan mahdollisimman edullinen laina.

BodyTiimi Oy sai pankista lainan 8 %:n vuotuisella korolla. Korkoprosentti, lainan takaisinmaksuaikataulu ja lainan muut ehdot sovitaan aina lainaehdoista neuvoteltaessa.

Omavaraisuusaste

Oman pääoman osuus yrityksen tarvitseman koko pääoman määrästä vaihtelee yrityksittäin. Mitä suurempi osuus yrityksen tarvitsemasta pääomasta on omaa pääomaa, sitä vakavaraisempi yritys on. Vastaavasti mitä vakavaraisempi yritys on, sitä vähemmän yritys joutuu maksamaan korkoja. Yrityksen vakavaraisuutta mitataan omavaraisuusasteella.

$$\text{Omavaraisuusaste} = \frac{\text{Oma pääoma}}{\text{Oma pääoma + Vieras pääoma}} \times 100$$

BodyTiimi Oy:n omavaraisuusaste toimintaa aloitettaessa oli seuraava:

$$= \frac{8\,000}{8\,000 + 7\,500} \times 100 = 51{,}6\ \%.$$

Omavaraisuusasteen ohjearvoja ovat:

yli 40 % = hyvä
20–40 % = tyydyttävä
alle 20 % = heikko

Omavaraisuusasteissa on suuria alakohtaisia vaihteluita. BodyTiimissä oman pääoman osuus koko pääomasta on hieman yli puolet, joten tilanne on BodyTiimin pääomarakenteen kannalta hyvä.

Yrityksen vakavaraisuus muuttuu, jos oman tai vieraan pääoman määrissä tapahtuu muutoksia. Oman pääoman määrä kasvaa, jos yritys tuottaa voittoa tai omistajat sijoittavat yritykseen lisää rahaa. Oman pääoman määrä vähenee, jos yritys tuottaa tappiota tai omistajat nostavat yrityksestä rahaa. Vieraan pääoman määrä muuttuu, jos yritys nostaa uutta lainaa tai maksaa vanhoja lainoja pois.

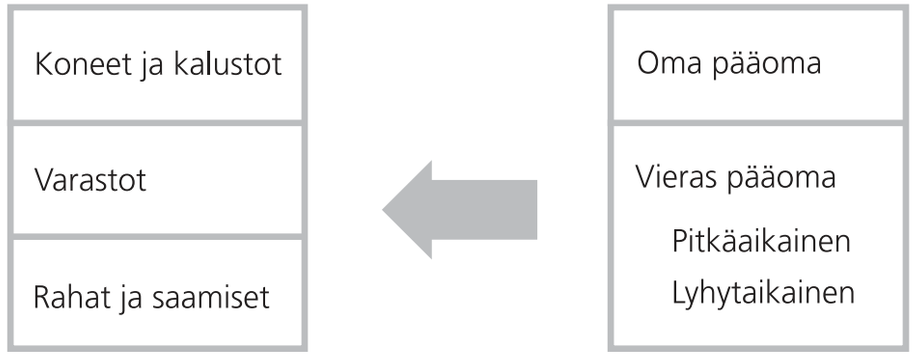
Yrityksen vieras pääoma voi olla luonteeltaan joko lyhytaikaista tai pitkäaikaista. Lyhytaikaista vierasta pääomaa on vuoden tai sitä lyhyemmän ajan sisällä maksettavaksi erääntyvät velat. Tällaisia ovat esimerkiksi ostovelat, arvonlisäverovelat ja pitkäaikaisen lainan vuoden sisällä erääntyvät lyhennykset. Yli vuoden päästä erääntyvät velat ovat pitkäaikaista vierasta pääomaa. Tällaisia ovat tyypillisesti yrityksen investointeihin otetut pitkäaikaiset lainat.

Pääoma on rahaa, jonka yritys on hankkinut käyttöönsä.

Oma pääoma tarkoittaa omistajan yritykseen sijoittamia omia varoja.

Vieras pääoma on pankilta, vakuutusyhtiöltä tai muilta luotonantajilta saatua lainaa.

Kun yritys käyttää rahaa esimerkiksi koneisiin tai kauppatavaroihin, yritykseen sitoutuu rahaa. Rahan sitoutumista yrityksen toimintaan voidaan kuvata seuraavasti:



Vakavaraisuudella tarkoitetaan yrityksen kykyä selviytyä sitoumuksistaan pitkällä aikavälillä. Mitä suurempi on oman pääoman osuus suhteessa vieraaseen pääomaan, sitä vakavaraisempi on yritys. Vakavaraisuutta voidaan mitata laskemalla yrityksen omavaraisuusaste.

Omavaraisuusaste $= \dfrac{\text{Oma pääoma}}{\text{Oma pääoma + Vieras pääoma}} \times 100$

Testaa tietosi: 10 kysymystä

	Oikein	Väärin
1. Yrityksen kannattaa käyttää velkarahoitusta, jos velan avulla saatava lisätuotto on suurempi kuin velasta aiheutuva kustannus.		
2. Alkava yritys tarvitsee pääomarahoitusta esimerkiksi siksi, että aloitusvaiheessa rahaa sitoutuu yritystoimintaan vaikka maksavia asiakkaita ei vielä ole.		
3. Lainan tarvetta voidaan vähentää vuokraamalla tuotantovälineet.		
4. Yrityksen on pakko maksaa omalle pääomalle osinkoa vuosittain ennalta sovittu määrä.		
5. Luotollinen sekkitili tarkoittaa pankkitiliä, jonka saldo saa olla miinuksella pankin kanssa sovitun limiitin rajoissa.		
6. Osakepääoma on yrityksen hallussa ennalta määräämättömän ajan ja vieras pääoma rahoittajan kanssa sovitun määräajan.		
7. Omavaraisuusaste tarkoittaa oman ja vieraan pääoman suhdetta.		
8. Kuuden kuukauden kuluttua erääntyvä laina on pitkäaikaista vierasta pääomaa.		
9. Yrityksen vakavaraisuus paranee, jos oman pääoman määrä kasvaa.		
10. Tappiollinen tulos pienentää yrityksen oman pääoman määrää.		

Tehtävät

1. Maisa Laakso perustaa kukkakaupan. Hän on vuokrannut kaupungin keskustasta liikehuoneiston, joka soveltuu erinomaisesti kukkakaupan tarpeisiin, kunhan siinä tehdään pieni remontti. Remonttiin hän arvioi kuluvan rahaa 1 000 euroa. Remontin ohella hän suunnittelee tekevänsä seuraavat hankinnat:

Kylmiö, peilit, kalusteet, valaistus	3 500
Kassakone	1 000
Pakkaustarvikkeet (paperit, kalvot, pussit, suppilot, teipit)	300
Sidontavälineet	500
Sienituotteet, nauhat, ruukut, astiat, korit	600
Kukkavarasto	2 500

Muita perustamiseen liittyviä kustannuksia Maisa arvelee olevan seuraavasti:

Yrityksen perustamiseen liittyvä rekisteröintimaksu	50
Yhden kuukauden vuokraennakko	450
Ensimmäisen kuukauden vuokra	450
Kustannusten ylitysvaraus	1 000

a. Laske kuinka suuri on Maisan kukkakaupan rahantarve yrityksen perustamisvaiheessa.

Investoinnit:

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
Investoinnit yhteensä	_____

Muu rahan tarve:

Muu rahan tarve yhteensä _____

Investoinnit _____

Muu rahan tarve _____

Rahan tarve yhteensä _____

b. Maisalla on omaa pääomaa varten säästettynä 2 350 euroa. Laske paljonko hän tarvitsee pankkilainaa saadakseen yrityksensä toiminnan pyörimään.

Oma pääoma _____

Lainarahoituksen tarve _____

Rahoitus yhteensä _____

2. Maisa on jo neuvotellut pankin kanssa lainan ottamisesta. Tarjolla olisi kaksi vaihtoehtoa, laina A ja laina B. Laina A:n suunniteltu laina-aika olisi kolme vuotta. Lainaa lyhennettäisiin kunkin vuoden lopussa aina 3 000 euroa kerralla. A:n korko olisi 8 % ja kulut 0,5 % lainaa nostettaessa. Laina B:n laina-aika olisi neljä vuotta. Puolet B:stä lyhennettäisiin kahden vuoden kuluttua ja puolet laina-ajan päätyttyä. B:n korko olisi 6,5 % ja pankin kulut 0,6 % lainaa nostettaessa.

Kumpi lainavaihtoehto olisi kustannuksiltaan edullisempi?

	Laina A		Laina B	
Vuosi	Lainamäärä ennen lyhennystä	Korko 8 %	Lainamäärä ennen lyhennystä	Korko 6,5 %
1				
2				
3				
4				
Korko yhteensä				
Pankin kulut				
Lainan kustannukset yhteensä				

3. Maisan Kukka on nyt toiminut kymmenen vuotta. Kukkakaupalla on seuraavanlainen rahoitustilanne:

Oma pääoma	3 000
Vieras pääoma	
– pankkilainat	8 500
– muut velat	1 000
	12 500

a. Laske Maisan Kukan omavaraisuusaste.

b. Velkojen määrä yrityksessä muuttuu, kun yritys lyhentää velkojaan pankille. Mistä johtuu se, että oman pääoman määrässä tapahtuu muutoksia?

4. Yrityksellä on omaa pääomaa tällä hetkellä 15 000 euroa, mutta vierasta pääomaa ei ole ollenkaan. Suunnitelmissa on investoida uuteen koneeseen, ja siihen tarvitaan myös vierasta pääomaa. Varovaista yrittäjää kuitenkin askarruttaa omavaraisuusaste eri lainasummilla. Laske millaiseksi yrityksen omavaraisuusaste muodostuu seuraavilla lainasummilla:

Oma pääoma	Vieras pääoma	Koko pääoma	Omavaraisuusaste
	3 000		
	5 000		
	10 000		
	15 000		
	22 500		

7. Rahan tehokas käyttö

Tässä luvussa käsitellään yrityksen rahan käyttöä. Rahan käyttö on suunniteltava siten, että yrityksen rahat riittävät sen maksuihin. Ei auta, että vuotuiset kassaanmaksut ylittävät vuotuiset kassastamaksut. Rahan pitää riittää joka hetki.

Luvussa selvitetään myös, miten yrityksen rahoitus ja kannattavuus kytkeytyvät toisiinsa. Kannattavuutta ei voi suunnitella ottamatta huomioon sen vaikutusta yrityksen rahoitukseen. Rahoitusjärjestelyillä voidaan toisaalta vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen.

Opiskeltuasi tämän luvun tiedät, mitä tarkoittaa

- **yrityksen maksuvalmius**
- **myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika**
- **ostovelkojen keskimääräinen maksuaika**
- **käyttöpääoma**
- **quick ratio ja current ratio.**

Liikelahja Oy

Liikelahja Oy myy toisille yrityksille tuotteita, jotka sopivat liikelahjoiksi näiden yritysten liikekumppaneille ja asiakkaille. Liikelahja Oy:n tuotteita ovat esimerkiksi asiakkaan nimellä varustetut kynät ja pyyheliinat, USB-muistitikut sekä avaimenperät.

Jokapäiväisen toiminnan tulot ovat yrityksen tärkein rahan lähde. Kun myynnistä saatavat rahat riittävät tavaroiden, palkkojen, vuokrien ym. lisäksi myös investointeihin ja lainojen lyhennyksiin, on yrityksen toiminta terveellä pohjalla.

Kassaanmaksut myynneistä

Yrityksen rahojen pitää riittää joka kuukausi, viikko ja päivä eli yrityksellä on oltava **maksuvalmiutta**.

Kun asiakkaat maksavat ostoksensa rahalla tai pankkikortilla, myynnistä saadut rahat ovat yrityksen kassassa joko samana tai seuraavana päivänä. Kun asiakkaat maksavat luottokortilla, luottokorttiyhtiö tilittää ostokset kaupan tilille noin viikon kuluttua.

Pääosa Liikelahja Oy:n asiakkaista on toisia yrityksiä, joille Liikelahja Oy myöntää laskuissaan maksuaikaa. Yleisimmät maksuajat ovat 14 tai 30 päivää laskun päiväyksestä.

Kun yritys myy tavaroita luotolla, on tapahtumaketju seuraava:

Myyntihetkestä aina siihen hetkeen saakka, jolloin asiakas maksaa laskun, pääoma on sitoutuneena myyntisaamisessa. Siksi maksuajan pitäisi olla niin lyhyt kuin mahdollista. Yritys tarvitsee myynneistä kertyviä rahoja omien laskujensa maksamiseen. Maksuajoista neuvotteleminen kuuluu yritysten väliseen kaupankäyntiin. Maksuehdot ovat osaltaan vaikuttamassa siihen, millaiseksi tuotteen lopullinen hinta muodostuu.

Maksuvalmiuden kannalta on sitä parempi, mitä aikaisemmin asiakkailta saatavat rahat kertyvät yrityksen kassaan. Tällöin on syytä kiinnittää aivan erityistä huomiota myyntitapahtuman vaiheisiin.

Mitä lyhyempi on tilauksen ja kassaanmaksun välinen aika, sitä nopeammin yritys saa rahansa. Samalla myyntisaamisten ja myyntisaamisiin sitoutuneen rahan määrä pienenee. Yrityksen on pidettävä huolta siitä, että mikään myyntiin liittyvä vaihe ei myöhästy. Tilaukset on käsiteltävä nopeasti, jotta tavarat voidaan toimittaa. Lasku on lähetettävä asiakkaalle mahdollisimman nopeasti tai se on liitettävä itse toimitukseen. Mitä nopeammin lasku on asiakkaalla, sitä nopeammin rahat ovat myyjän tilillä.

Maksujen jouduttamiseksi kaupankäynnissä käytetään toisinaan käteisalennuksia. Käteisalennusten vuosikorko on kuitenkin niin korkea, että myyjän ei kannata niitä yleensä myöntää.

Perintä on syytä järjestää yrityksessä tehokkaasti. Ellei asiakas ole maksanut viimeistään eräpäivänä, hänelle pitää lähettää maksukehotus. Myös puhelinperintää voidaan käyttää.

Myyntisaamisten seuranta tapahtuu yleensä automaattisesti taloushallinnon ohjelmien avulla. Tietokoneelta voidaan tulostaa perintää varten luetteloita avoimista, jo erääntyneistä laskuista sekä ennusteita yrityksen kassaan kertyvistä rahoista.

AVOIMET LASKUT ERÄPÄIVÄN MUKAAN — LIIKELAHJA OY

20XX-12-31

Asiakas	Laskunro	Eräpvm	Lskpvm	Arviopvm	Laskutettu
Tmi Rantakoivu	20011	22.12.	08.12.	15.01.	1 250,00
Farkku-Makasiini	20055	17.01.	18.12.	17.01.	2 500,00
Olkihattu Oy	20056	22.01.	23.12.	22.01.	1 800,00

Asiakkaan maksaessa luottokortilla yritys saa rahat tililleen yleensä noin viikon kuluttua siitä kun maksutiedot ovat saapuneet luottokorttiyhtiölle. Tämä aika vaihtelee hyvin paljon eri luottokorttiyhtiöiden välillä.

Asiakkaan maksaessa luottokortilla yritys ei saa koko summaa tililleen, vaan luottokorttiyhtiö vähentää siitä omana osuutenaan esimerkiksi 1,2 % laskutuspalkkion maksun loppusummasta.

Myyntisaamisten kertymistä kassaan voidaan nopeuttaa myös käyttämällä erityisrahoitusjärjestelyitä. Factoring on järjestely, jossa yritys siirtää myyntisaamisensa rahoitusyhtiölle ja saa niitä vastaan rahoitusyhtiöltä luottoa. Yritys voi siten muuttaa osan myyntisaamisistaan rahaksi heti. Asiakkaat maksavat laskut siirron jälkeen maksuehtojen mukaisesti rahoitusyhtiölle. Rahoitusyhtiö perii myöntämästään luotosta koron ja palkkion.

Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika

Kun yrityksen rahankäyttöä suunnitellaan ja rahojen kertymistä kassaan ennakoidaan, voidaan käyttää hyväksi **myyntisaamisten keskimääräistä maksuaikaa**.

Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika lasketaan seuraavasti:

$$\text{Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika} = \frac{365 \times \text{Myyntisaamiset}}{\text{Myynnit}}$$

Liikelahja Oy:n myynti vuodessa on 460 000 euroa. Myyntisaamisten määrä on keskimäärin 32 000 euroa. Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika Liikelahja Oy:ssä on siten

$$\frac{365 \times 32\,000}{460\,000} = 25 \text{ päivää},$$

eli asiakkaat maksavat laskunsa keskimäärin 25 päivän kuluessa.

Liikelahja Oy:n myyntisaamisiin sitoutuu rahaa keskimäärin 32 000 euroa. Maksuehtojen kiristäminen pienentäisi myyntisaamisten määrää.

Myyntisaamisten keskimääräistä maksuaikaa voidaan käyttää hyväksi myös myyntisaamisten tarkkailussa. Keskimääräistä maksuaikaa voidaan verrata asiakkaille todella myönnettyihin maksuaikoihin. Jos toteutunut maksuaika on pitempi kuin asiakkaille myönnetty maksuaika, on syytä miettiä, pitäisikö asiakkaille myönnettyjä maksuehtoja kiristää vai voitaisiinko perintää tehostaa.

Varastot

Tärkeimpiä asioita yrityksen maksuvalmiuden kannalta on varastojen nopea kierto. Niin kauan kuin tavara seisoo myymättä varastossa, raha on sitoutuneena varastoon.

Sekä kannattavuuden että maksuvalmiuden kannalta on tärkeää, että varasto vaihtuu mahdollisimman nopeasti. Mitä nopeammin tavarat varastosta myydään, sitä vähemmän varasto sitoo pääomaa ja sitä nopeammin rahat ovat käytettävissä yrityksen laskujen maksamiseen. Varaston kiertonopeus saadaan lasketuksi seuraavan kaavan avulla:

$$\text{Varaston kiertonopeus} = \frac{\text{Myytyjen tavaroiden hankintamenot}}{\text{Varasto}}$$

Liikelahja Oy:n varasto on keskimäärin 35 000 euroa. Kun myytyjen tavaroiden hankintamenot ovat noin 315 000 euroa vuodessa, Liikelahja Oy:n varaston kiertonopeus on seuraava:

$$\frac{315\,000}{35\,000} = 9.$$

Liikelahja Oy:n varasto vaihtuu siis vuoden aikana keskimäärin 9 kertaa. Varaston kiertonopeus on eri aloilla hyvin erilainen. Esimerkiksi kultasepänliikkeessä se saattaa olla vain 2, vaateliikkeessä 6 ja elintarvikeliikkeessä 18.

Varaston kiertonopeuden ohella lasketaan usein myös **tavaroiden keskimääräinen varastossaoloaika**. Varastossaoloaika saadaan, kun vuoden päivien lukumäärä jaetaan kiertonopeudella.

$$\text{Varastossaoloaika} = \frac{365}{\text{Varaston kiertonopeus}}$$

Liikelahja Oy:n keskimääräinen varastossaoloaika on seuraava:

$$\frac{365}{9} = 41 \text{ päivää.}$$

Keskimääräinen varastossaoloaika kertoo, montako päivää tavarat ovat keskimäärin varastossa ennen kuin ne myydään. Liikelahja Oy:n tavarat ovat varastossa keskimäärin 41 päivää.

Varastossaoloaikaa voidaan lyhentää ja rahoja vapauttaa varastoista esimerkiksi siten, että pidetään varastossa vain nopeasti vaihtuvia tavaroita. On kuitenkin mietittävä tarkkaan, missä määrin yrityksen palvelutaso laskee, jos varastosta karsitaan harvemmin vaihtuvia tuotteita.

Ostovelat

Yritys saa usein omille ostoilleen maksuaikaa. Ostotapahtuman ja laskun maksun välisen ajan laskun summa on yrityksen ostovelkaa.

Yrityksen maksuvalmius on yleensä sitä parempi, mitä myöhemmin se voi maksaa ostonsa. Jos yritys on hyvä asiakas, sillä on hyvät mahdollisuudet neuvotella itselleen edulliset maksuehdot. Liikelahja Oy pyrkii aina maksamaan ostovelkansa eräpäivänä. Ennen eräpäivää ei kannata maksaa, mutta ei myöskään myöhässä. Maksujen viivästymisestä voi olla seurauksena viivästyskorkoja ja huonon maksajan maine.

Ostovelkojen keskimääräinen maksuaika

Ostovelkojen valvonnassa voidaan käyttää apuna ostovelkojen keskimääräistä maksuaikaa. Ostovelkojen keskimääräinen maksuaika voidaan laskea vuoden ostojen ja ostovelkojen perusteella.

$$\text{Ostovelkojen keskimääräinen maksuaika} = \frac{365 \times \text{Ostovelat}}{\text{Ostot}}$$

Jos Liikelahja Oy:n vuotuiset ostot ovat 300 000 euroa ja ostovelat keskimäärin 25 000 euroa, ostovelkojen keskimääräinen maksuaika on seuraava:

$$\frac{365 \times 25\,000}{300\,000} = 30 \text{ päivää.}$$

Liikelahja Oy maksaa omat ostovelkansa lahjatavaroiden toimittajille keskimäärin 30 päivässä.

Liikelahja Oy:n ostovelat ovat keskimäärin 25 000 euroa, joten tavaroiden toimittajat rahoittavat koko ajan yritystä tuolla summalla. Maksuaikojen pidentäminen lisää ostovelkojen määrää ja lyhentäminen vähentää sitä.

	MAKSUTILASTO/ENNUSTE Viikot 1/20XX – 4/20XX		LIIKELAHJA OY	
Viikko	Ostolaskut		Myyntilaskut	
	Lkm	Summa	Lkm	Summa
1/20XX	1	0,00	1	4 350,00
2/20XX	2	3 565,00	2	1 880,00
3/20XX	2	2 880,00	1	1 220,55
4/20XX	0	0,00	0	0,00
	5	6 445,00	4	7 450,55

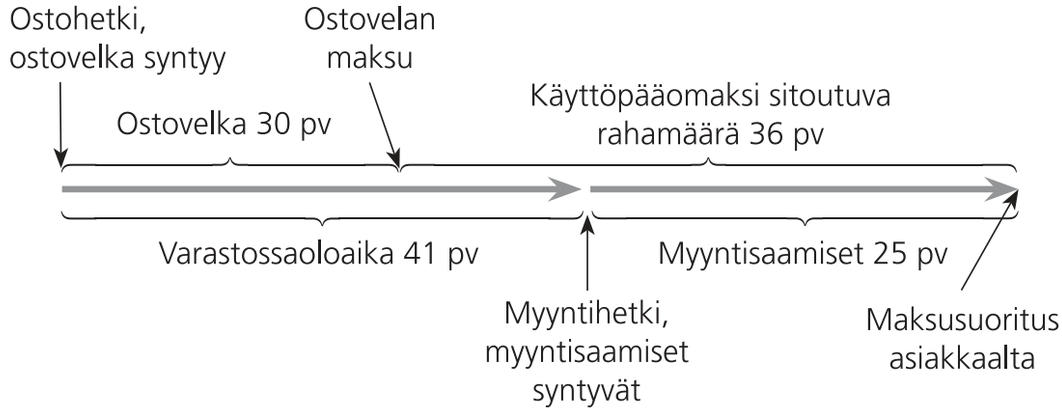
Käyttöpääoma

Maksuvalmiuden ylläpidon kannalta on tärkeää tuntea yrityksen jokapäiväisen toiminnan pyörittämiseen tarvittavan pääoman eli käyttöpääoman määrä. Käyttöpääoma saadaan lasketuksi seuraavalla tavalla:

Myyntisaamiset
+ Varaston arvo
– Ostovelat
= Käyttöpääoma

Myyntisaamiset ja varastot sitovat yrityksessä rahaa. Vasta kun asiakkaat ovat maksaneet laskunsa, raha kertyy yrityksen kassaan. Siihen saakka se on kiinni saamisissa ja varastoissa. Osan sitoutuneesta rahasta yritys pystyy rahoittamaan ostoveloilla. Ostovelat eivät kuitenkaan yleensä riitä. Loppuosa eli käyttöpääoma on rahoitettava tulorahoituksella, pankkilainalla tai omistajien lisäsijoituksilla.

Käyttöpääoma on se pysyväisluonteinen rahamäärä, joka tarvitaan yrityksen jokapäiväisen toiminnan pyörittämiseen.



Myyntisaamisten maksuaika	25 pv
+ Varastossaoloaika	41 pv
– Ostovelkojen maksuaika	30 pv
= Käyttöpääoman tarve keskimäärin	36 pv

Liikelahja Oy:n käyttöpääoma on seuraava:

Myyntisaamiset	32 000
+ Varasto	35 000
– Ostovelat	25 000
= Käyttöpääoma	42 000

Ostovelkojen ohella Liikelahja Oy tarvitsee vielä 42 000 euroa jokapäiväisen toimintansa pyörittämiseen. Suuri käyttöpääoma on yleensä merkki hyvästä maksuvalmiudesta, mutta se voi olla myös merkki siitä, että raha on yrityksessä tehottomassa käytössä.

Yritystoiminnan kasvu lisää yrityksen pääoman tarvetta. Jos myynti kasvaa, myös varastot ja myyntisaamiset kasvavat. Jos yritys ei ota tämän kasvun aikaansaamaa rahan tarvetta huomioon, sen maksuvalmius voi vaarantua.

Muita maksuvalmiuden tunnuslukuja

Kun yritys arvioi maksuvalmiuttaan, ratkaisevaa on kassassa ja pankkitileillä olevan rahan määrä. Mitä enemmän yrityksessä on rahaa, sitä helpompi on suunnitella rahankäyttöä. Jos rahaa on, laskut voidaan maksaa. Jos rahaa ei ole, yritys joutuu maksuvaikeuksiin. Tämä pätee sekä yrityksiin että yksityishenkilöihin.

Käteiset rahat ja pankkitileillä olevat varat ovat heti käytettävissä laskujen maksamiseen. Myös myyntisaamisista rahat kertyvät yleensä varsin nopeasti yrityksen kassaan.

Quick ratio eli maksuvalmiussuhde kertoo, paljonko yrityksellä on rahaa ja saamisia verrattuna lyhytaikaisiin velkoihin.

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{Rahat ja saamiset}}{\text{Lyhytaikaiset velat}}$$

Kun rahaa ja saamisia on enemmän kuin lyhytaikaisia velkoja, tunnusluku on arvoltaan suurempi kuin yksi. Tällöin maksuvalmiutta pidetään hyvänä.

Quick ration ohella voidaan laskea myös **current ratio** eli käyttöpääomasuhde. Tällöin rahojen ja saamisten yhteismäärään lisätään varastot. Varastojen mukaan ottaminen on järkevää sellaisissa yrityksissä, joissa varastot vaihtuvat nopeasti rahaksi. Näin on laita esimerkiksi elintarvikeliikkeissä.

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Rahat ja saamiset sekä varastot}}{\text{Lyhytaikaiset velat}}$$

Current ratiossa on otettu huomioon yrityksen koko nopeakiertoinen omaisuus ja verrattu sitä lyhytaikaisten velkojen määrään. Maksuvalmius on hyvä, jos tunnusluvun arvo on lähellä kahta.

Maksuvalmius eli **likviditeetti**	tarkoittaa yrityksen kykyä selviytyä jokapäiväisistä maksuistaan.
Ostovelkojen keskimääräinen maksuaika	kertoo, montako päivää keskimäärin kestää ennen kuin yritys maksaa omat ostovelkansa.
Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika	kertoo, monenko päivän kuluessa asiakkaat keskimäärin maksavat laskunsa.
Varaston kiertonopeus	kertoo, montako kertaa varasto keskimäärin vaihtuu vuoden aikana.
Varastossaoloaika	kertoo, montako päivää tavarat ovat keskimäärin varastossa ennen kuin ne myydään.
Käyttöpääoma	kertoo, paljonko yritys on sitonut pysyväisluonteista rahaa myyntisaamisten ja varastojen rahoittamiseen. Mitä suurempi on käyttöpääoma, sitä parempi on yrityksen maksuvalmius.
Quick ratio eli **maksuvalmius-suhde**	vertaa rahan ja saatavien määrää yrityksen lyhytaikaisiin velkoihin. Mitä suurempi on rahan ja saamisten määrä, sitä parempi on yrityksen maksuvalmius.
Current ratiossa eli **käyttöpääoma-suhteessa**	on tunnuslukuun otettu rahojen ja saamisten ohella myös varastot. Mitä enemmän yrityksellä on nopeakiertoista omaisuutta – rahaa, saamisia, varastoja – verrattuna lyhytaikaisiin velkoihin, sitä parempi maksuvalmius yrityksellä on.

Testaa tietosi: 10 kysymystä

		Oikein	Väärin
1.	Jos myyntisaamisten maksuehtoja kiristetään, myyntisaamisten määrä kasvaa.		
2.	Myyntisaamisten pienentämiseksi voidaan käyttää esimerkiksi seuraavia keinoja: – lopetetaan pitkien maksuaikojen myöntäminen – tehostetaan erääntyneiden laskujen perintää.		
3.	Varaston kiertonopeus saadaan jakamalla myytyjen tavaroiden hankintamenot varaston arvolla.		
4.	Varaston kiertonopeudella ei ole mitään vaikutusta myytävien tavaroiden keskimääräiseen varastossaoloaikaan.		
5.	Ostovelat kannattaa pääsääntöisesti maksaa muutamaa päivää ennen laskujen varsinaista eräpäivää.		
6.	Ostovelkojen maksuaikojen lyhentyminen on tavaroita ostavan yrityksen kannalta hyvä asia.		
7.	Ostovelkojen lisääntyminen lisää myös yrityksen tarvitseman käyttöpääoman määrää.		
8.	Myyntisaamisten maksuaika kannattaa pyrkiä saamaan lyhyemmäksi kuin ostovelkojen maksuaika.		
9.	Kun yrityksen rahat ja saamiset jaetaan yrityksen koko vieraan pääoman määrällä, saadaan quick ratio.		
10.	Current ration arvoa 2,1 voidaan pitää varsin hyvänä.		

Tehtävät

1. Olkihattu Oy myy mainosmateriaalia. Vuodenvaihteen myynti on ollut poikkeuksellisen hyvä. Myynnin uskotaan alkuvuodesta hidastuvan mutta vilkastuvan taas kevättä kohti. Yrityksessä on tehty myyntiarvio kuuden seuraavan kuukauden myynnistä. Tammi-kesäkuun myyntiarvio on seuraava (luvut ilman arvonlisäveroa):

Tammikuu	4 000
Helmikuu	3 500
Maaliskuu	5 000
Huhtikuu	5 250
Toukokuu	4 800
Kesäkuu	5 600
Yhteensä	28 150

Mainosmateriaalia myydessään Olkihattu Oy myöntää asiakkailleen maksuaikaa. Kokemuksesta tiedetään, että puolet asiakkaista maksaa laskunsa myyntikuukauden aikana ja puolet seuraavan kuukauden aikana. Myyntisaamisia on joulukuulta 3 600 euroa.

a. Selvitä Olkihattu Oy:n kuukausikohtaiset kassaanmaksut myynneistä. Ota huomioon myös arvonlisävero.

KUUKAUSIKOHTAISET KASSAANMAKSUT					
Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä
3 600					

Alkuvuoden kassaanmaksut yhteensä: _____

b. Paljonko on myyntisaamisia kunkin kuukauden lopussa?

Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä

c. Paljonko ovat myyntisaamiset keskimäärin tarkasteltavan ajanjakson aikana?

2. Täytä alla oleva taulukko, kun viidestä yrityksestä tiedetään seuraavaa:

Myynnit/vuosi		Myyntisaamiset keskimäärin	Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika
Ankkuri Oy	42 000	7 000	
Bestis Oy	90 000	7 500	
DoReMi Osk		15 000	40 päivää
Mesikämmen Ky		9 800	25 päivää
Pokeri Oy	300 000		15 päivää

3. Pouta Oy:n vuoden myynnit ovat 180 000 euroa. Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika on 45 päivää.

a. Paljonko keskimäärin rahaa sitoutuu myyntisaamisiin?

b. Paljonko rahaa vapautuisi myyntisaamisista, jos yritys onnistuisi lyhentämään asiakkaille myöntämiään maksuaikoja viidellä päivällä?

4. Millä tuotteilla on tyypillisesti seuraavan pituisia varaston kiertoaikoja:

1–5 päivää: _____

1 viikko: _____

1 kuukausi: _____

3–6 kuukautta: _____

6 kk – 1 vuosi: _____

5. Hertsikka Oy hankkii tuotteita vuoden aikana 36 000 euron arvosta. Varaston arvo on keskimäärin 3 000 euroa. Mikä on tällöin

a. varaston kiertonopeus

b. keskimääräinen varastossaoloaika?

c. Mikä on varaston kiertonopeus, jos varastossaoloaikaa pystytään lyhentämään kymmenen päivää?

d. Paljonko voitaisiin varastosta vapauttaa pääomaa, jos em. varastossaoloajan lyhennys onnistuisi?

6. Miten seuraavat tekijät vaikuttavat yritystoimintaan tarvittavan käyttöpääoman määrään?

	Käyttöpääoman tarve		
	kasvaa	pienenee	pysyy ennallaan
1. Yritys laajentaa tuotevalikoimaansa nykyisestä.			
2. Yrityksen omat laskut maksetaan aiempaa nopeammin.			
3. Asiakkaat maksavat laskunsa aiempaa nopeammin.			
4. Asiakkaille myönnetään aiempaa enemmän luottoa.			
5. Yritys myy tuotteita jatkossa ainoastaan käteisellä.			
6. Varaston kiertonopeus kasvaa.			
7. Jokaisesta sisäänostoerästä jää varastoon pari tuotetta myymättä.			
8. Yritys saa neuvoteltua omille ostoilleen lisää maksuaikaa.			
9. Yritys ostaa jatkossa kaikki myymänsä tuotteet tukusta käteisellä.			
10. Yritys siirtyy ostamaan myymänsä tuotteet suoraan toiselta maahantuojalta. Maksuehdot pysyvät ennallaan.			

7. Olkihattu Oy:n myyntiarvio (ilman arvonlisäveroa) tammi-kesäkuulle on seuraava:

Tammikuu	4 000
Helmikuu	3 500
Maaliskuu	5 000
Huhtikuu	5 250
Toukokuu	4 800
Kesäkuu	5 600

Olkihattu Oy:n katetuottoprosentti on 40. Olkihattu ostaa mainosmateriaalit Mainostukku Oy:stä maksuehdolla 30 päivää netto. Ostot tapahtuvat samassa tahdissa kuin myynnit. Ostovelkoja siirtyy joulukuulta 2 600 euroa.

a. Selvitä Olkihattu Oy:n kuukausikohtaiset kassastamaksut. Ota huomioon myös arvonlisävero.

KUUKAUSIKOHTAISET KASSASTAMAKSUT

Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä

Kassastamaksut yhteensä _____

b. Paljonko Olkihatulla on ostovelkoja kunkin kuukauden lopussa?

Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä

c. Paljonko ovat keskimääräiset ostovelat tarkasteltavan ajanjakson aikana?

8. Muukkonen Oy:n ostot ovat keskimäärin 120 000 euroa vuodessa ja ostovelkojen keskimääräinen maksuaika 15 päivää.

a. Paljonko ovat yrityksen ostovelat keskimäärin?

b. Paljonko ostovelkojen määrä kasvaisi, jos yritys lykkäisi maksujaan kolmella päivällä?

9. Velipoika Oy:n vuoden myynnit ovat 150 000 euroa ja vuoden ostot 90 000 euroa. Myyntisaamisia yrityksellä on keskimäärin 12 500 euroa ja ostovelkoja 6 000 euroa.

a. Laske myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika.

b. Laske ostovelkojen keskimääräinen maksuaika.

c. Vertaile keskenään myyntisaamisten ja ostovelkojen keskimääräisiä maksuaikoja.

d. Paljonko Velipoika Oy:n myyntisaamiset pienenisivät, jos se onnistuisi kiristämään asiakkaille myöntämiään maksuaikoja ja saisi rahat myynneistä kassaan samalla maksuajalla kuin se maksaa omat ostonsa?

10. Tmi Risto Rapparin tase 31.12.20XX näyttää seuraavalta.

Kalusto	13 000	Oma pääoma	7 000
Varasto	4 000	Vieras pääoma	
Myyntisaamiset	2 000	Lainat	8 400
Rahat	1 000	Ostovelat	4 600
	20 000		20 000

a. Laske yrityksen omavaraisuusaste. Mitä mieltä olet yrityksen vakavaraisuudesta?

b. Laske quick ratio ja current ratio. Mitä mieltä olet yrityksen maksuvalmiudesta?

c. Risto omistaa moottoriveneen. Hän aikoo myydä veneen ja sijoittaa osan rahoista yritykseen. Miten yrityksen maksuvalmius muuttuu, jos Risto lyhentää veneestä saamillaan rahoilla yrityksen lyhytaikaisia velkoja 2 000 euroa?

11. Ratio Oy:n tuloslaskelma on seuraava:

Myynnit		480 000
Muuttuvat kustannukset		
Ostot	400 000	
Varaston muutos	– 4 000	396 000
Katetuotto		84 000
Kiinteät kustannukset		74 000
Voitto		10 000

Tase on seuraava:

Rakennukset	111 750
Koneet ja kalusto	51 250
Varasto	22 000
Myyntisaamiset	30 000
	215 000
Oma pääoma	103 000
Lainat	92 000
Ostovelat	20 000
	215 000

a. Laske Ratio Oy:n omavaraisuusaste. Mitä mieltä olet yrityksen velkaantuneisuudesta?

b. Millainen on Ratio Oy:n maksuvalmius? Laske yrityksen quick ratio ja current ratio.

c. Entä maksuajat? Laske myyntisaamisten ja ostovelkojen keskimääräinen maksuaika.

d. Mikä on Ratio Oy:n varaston kiertonopeus ja keskimääräinen varastossaoloaika?

e. Laske käyttöpääoman määrä.

f. Miten käyttöpääoman määrä muuttuisi, jos

1. yritys onnistuisi kiristämään myöntämiään maksuaikoja ja saisi rahat myynneistään samalla maksuajalla kuin se maksaa omat ostonsa
2. tavaroiden varastossaoloaikaa pystyttäisiin lyhentämään 4 päivää?

g. Laske quick ratio ja current ratio em. muutosten jälkeen. Miten tulkitset muutosten jälkeisiä tunnuslukuja?

12. Wellamon myyntisaamiset olivat viime vuoden lopussa 15 000 euroa. Yritys on myynyt asiakkailleen maksuehdolla 40 päivää netto, ja asiakkaat ovat noudattaneet sitä. Viime vuoden myynti oli 136 800 euroa.

Wellamo suunnittelee nyt ensi vuoden toimintaansa. Se arvioi taloudellisen toiminnan vilkastuvan ensi kaudella niin, että myynti kasvaa 10 %. Maksuvalmiuden parantamiseksi aiotaan asiakkaille myönnettäviä maksuehtoja kiristää 10 päivän verran.

Ostovelkoja oli viime vuoden lopussa 7 500 euroa. Ensi kauden ostojen arvioidaan olevan 78 000 euroa. Omat ostovelat on maksettu keskimäärin 30 päivässä. Saman maksukäytännön arvioidaan jatkuvan seuraavankin vuoden aikana.

a. Laske ensi vuoden kassaanmaksut myynneistä ja kassastamaksut ostoihin.

Kassaanmaksut myynneistä

Vuoden alun myyntisaamisista _____

Vuoden myynneistä _____

Yhteensä _____

Kassastamaksut ostoihin

Vuoden alun ostovelkoihin _____

Vuoden ostoihin _____

Yhteensä _____

b. Paljonko myyntisaamisia ja ostovelkoja on vuoden lopussa?

Myyntisaamiset vuoden lopussa _____

Ostovelat vuoden lopussa _____

c. Mitä seurauksia maksuehtojen kiristämisellä voi yritykselle olla?

13. Pikkuserkku Oy:n tuloslaskelma on seuraava:

Myynnit		750 000
Muuttuvat kustannukset		
Ostot	460 000	
Varaston lisäys	–10 000	450 000
Katetuotto		300 000
Kiinteät kustannukset		250 000
Voitto		50 000

Myyntisaamiset keskimäärin	50 000
Varasto keskimäärin	50 000
Ostovelat keskimäärin	23 000

a. Laske ostovelkojen ja myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika.

b. Laske keskimääräinen varastossaoloaika.

c. Kuinka suuri on käyttöpääoma?

d. Monenko päivän rahantarvetta kiertoaikojen mukainen käyttöpääoma edustaa?

e. Kuinka suuri on käyttöpääoma suhteessa myyntiin? (Laske käyttöpääoma prosentteina myynnistä.)

f. Pikkuserkku Oy suunnittelee 5 000 euroa maksavan mainoskampanjan toteuttamista. Sen arvioidaan lisäävän myyntiä 35 000 euroa. Kuinka suureen käyttöpääoman lisäykseen yrityksen on mainoskampanjan yhteydessä varauduttava?

Muistiinpanoja:

8. Budjetointi

Tässä luvussa käydään läpi yrityksen budjetointiin liittyviä toimintatapoja ja menetelmiä sekä yrityksissä yleisimmin käytetyt osabudjetit ja pääbudjetit. Varsinaisen budjetoinnin lisäksi käsitellään budjettipoikkeamia ja niihin vaikuttavia tekijöitä.

Opiskeltuasi tämän luvun tiedät,

- **mistä eristä osa- ja pääbudjetit muodostuvat**
- **miten eri budjetteja laaditaan**
- **miksi budjettitarkkailu on tärkeää.**

Kuvaruutu Oy

Suvi on vastuussa kodinkoneliike Kuvaruutu Oy:n budjetoinnista. Kuvaruutu Oy oli toiminut jo useita vuosia, joten sen henkilöstöllä oli kokemuksen tuomaa näkemystä siitä, millainen eri tuotteiden menekki suurin piirtein tulisi olemaan.

Suvi halusi paneutua Kuvaruutu Oy:n budjetointiin perusteellisesti, sillä hän tiesi budjetin olevan tietyn kauden tavoitteeksi asetettu tärkeä taloudellinen toimintasuunnitelma.

Budjetti laaditaan budjettikaudelle. Koko yrityksen budjetti laaditaan yleensä tilikaudeksi eli yhdeksi vuodeksi. Vuosibudjetti jaetaan edelleen lyhyempiin tarkkailujaksoihin; yleisesti käytetään neljännesvuosibudjetteja ja kuukausibudjetteja.

Kuvaruutu Oy:ssä käytettiin kuukausibudjetteja, koska niiden avulla oli helpompaa suunnitella tulevia kuukausikohtaisia tavoitteita ja laatia vertailulaskelmia edellisen vuoden vastaavan kuukauden toteutuneeseen tilanteeseen.

Kuvaruutu Oy:ssä budjetilla oli kolme selkeää roolia:

1. Budjetti oli apuna **suunnittelussa**
Kuvaruutu Oy:ssä laskettiin erilaisia vaihtoehtoja, vertailtiin suunniteltuja vaihtoehtoja keskenään ja suoritettiin valintoja. Budjettia laadittaessa asetettiin tavoitteet seuraavalle vuodelle ja pohdittiin, oliko nämä tavoitteet mahdollista saavuttaa.

2. Budjetti oli apuna **tarkkailussa**
Budjetin avulla seurattiin kuukausittain, miten hyvin alkuperäinen budjetti toteutui ja olivatko erot budjetoidun ja toteutuneen välillä yrityksen kannalta positiivisia vai negatiivisia. Kuvaruutu Oy:ssä tiedettiin kokemuksesta, että oli oltava valmis tekemään nopeasti ratkaisuja, jos esimerkiksi budjetoidusta myynnistä oltiin selvästi jäämässä jälkeen.

3. Budjetti oli apuna **koordinoinnissa**
Budjetissa oli selkeästi ilmaistu, minkä verran eri tuoteryhmiltä odotettiin tulosta, minkä verran voitiin käyttää varoja esimerkiksi Kuvaruutu Oy:n mainontaan, minkä verran henkilöstön koulutukseen jne. Näin eri toiminnoista vastuussa olevat henkilöt tiesivät toiminnoilleeen asetetut taloudelliset puitteet.

Pääbudjetit

Yrityksen pääbudjetit ovat **tulosbudjetti** ja **rahoitusbudjetti**, joiden lisäksi laaditaan usein myös tase-ennuste.

Tulosbudjetti laaditaan tuloslaskelmamuotoon, ja se ilmaisee yrityksen budjetoidun tuloksen.

Rahoitusbudjetista ilmenevät kaikki yritykseen tulevat ja yrityksestä lähtevät maksut. Rahoitusbudjetin tarkoituksena on varmistaa yrityksen maksuvalmius kunakin hetkenä. Siksi lyhyen aikavälin rahoitusbudjettia kutsutaan myös maksuvalmius- eli kassabudjetiksi.

Tase-ennuste kertoo yrityksen ennakoidun taloudellisen aseman budjettikauden lopussa. Se voidaan laatia samalla tavalla kuin kirjanpidollinenkin tase, mutta sitä eivät koske kirjanpitolain ja -asetuksen säädökset.

Osabudjetit

Pääbudjetit muodostuvat osabudjeteista, jotka koskevat yleensä yrityksen tiettyjä rajallisia osa-alueita. Nämä osa-alueet on voitu jakaa esimerkiksi toimintojen mukaan. Tällaisia toimintokohtaisia budjetteja ovat markkinointibudjetti, valmistusbudjetti ja ostobudjetti. Osabudjetit on voitu jakaa myös vastuualueiden mukaan. Tällaisia ovat osastokohtaiset ja tulosyksikkökohtaiset osabudjetit. Kolmas vaihtoehto osabudjettien rakentamiselle on kohdebudjetti. Tällaisia kohdebudjetteja voivat olla esimerkiksi asiakaskohtaiset, tuotekohtaiset ja investointikohtaiset kohdebudjetit.

Kuvaruutu Oy:llä on käytössä tyypilliset kauppaliikkeen osabudjetit:
- myyntibudjetti
- markkinointikustannusten budjetti
- ostobudjetti
- varastobudjetti
- hallintokustannusten budjetti
- investointibudjetti.

Osabudjetteja voidaan muodostaa yrityksen omien tarpeiden mukaan. Jos kyseessä olisi valmistusyritys, sillä olisi edellä olevien lisäksi vielä esimerkiksi erillinen valmistusbudjetti.

Budjetoinnissa lähdetään usein liikkeelle koko yrityksen tavoitteenasettelusta. Tavoitteet voivat vaihdella vuosittain yrityksen taloudellisen tilan ja toimintaympäristön mukaan. Tavoitteen täytyy olla selkeä ja mitattavissa oleva, esimerkiksi:

> "2,4 miljoonan euron liikevaihdolla 360 000 euron tulos ilman lisävelkaantumista."

Myyntibudjetti

Budjetointiprosessi aloitetaan yleensä myyntibudjetista. Myyntibudjettia laadittaessa asetetaan yrityksen oma myyntitavoite euromääräisenä. Tämän jälkeen voidaan laatia kappalemääräiset budjetit ja ratkaista se hintataso, jolla tuotteet pyritään saamaan kaupaksi.

Tuotekohtainen myyntibudjetti

Suvi päätti laatia kahden myymänsä tuotteen – TV:n ja pesukoneen – myyntibudjetin. Budjettia hän laati elokuussa, joten hänellä oli jo käytössään tiedot näiden kahden tuotteen alkuvuoden toteutuneesta myynnistä.

TV:n myyntihinta on 500 euroa ja pesukoneiden 300 euroa. Vastaavasti ostohinnat ovat TV:llä 300 euroa ja pesukoneilla 200 euroa.

Miettiessään TV:iden ja pesukoneiden tulevan vuoden myyntiä Suvi arveli tammikuun myynnin pysyvän kuluvan vuoden tasolla, molempien tuotteiden helmikuun myynnin kasvavan suunnitellun kampanjan ansiosta noin 10 % kuluvan vuoden myyntiin verrattuna ja maaliskuun myynnin pysyvän taas kuluvan vuoden tasolla. Tällöin vuoden kolmen ensimmäisen kuukauden myyntibudjetti näiden kahden tuotteen osalta olisi seuraavanlainen:

Tuotekohtaiset myyntibudjetit 1.1.–31.3.20XX

	TV			
	Tammi	Helmi	Maalis	Yhteensä 1.1.–31.3.
Myyntituotot	14 kpl x 500 euroa = 7 000	22 kpl x 500 euroa = 11 000	24 kpl x 500 euroa = 12 000	30 000
Ostokustannukset	14 kpl x 300 euroa = 4 200	22 kpl x 300 euroa = 6 600	24 kpl x 300 euroa = 7 200	18 000
Katetuotto	2 800	4 400	4 800	12 000
Katetuotto-%	40	40	40	40

	Pesukone			
	Tammi	Helmi	Maalis	Yhteensä 1.1.–31.3.
Myyntituotot	7 kpl x 300 euroa = 2 100	11 kpl x 300 euroa = 3 300	12 kpl x 300 euroa = 3 600	9 000
Ostokustannukset	7 kpl x 200 euroa = 1 400	11 kpl x 200 euroa = 2 200	12 kpl x 200 euroa = 2 400	6 000
Katetuotto	700	1 100	1 200	3 000
Katetuotto-%	33,3	33,3	33,3	33,3

Kun nämä kahden tuotteen myyntibudjetit yhdistetään, saadaan koko yrityksen myyntibudjetti:

Koko yrityksen myyntibudjetti (TV + pesukone) 1.1.–31.3.20XX

	Tammi	Helmi	Maalis	Yhteensä 1.1.–31.3.
Myyntituotot	9 100	14 300	15 600	39 000
Ostokustannukset	5 600	8 800	9 600	24 000
Katetuotto	3 500	5 500	6 000	15 000
Katetuotto-%	38,46	38,46	38,46	38,46

Markkinointikustannusten budjetti

Markkinointikustannusten budjettiin sisällytetään esimerkiksi markkinoinnin suunnittelu, mainonta ja muista menekinedistämistoimenpiteistä aiheutuvat kustannukset.

Suvi budjetoi markkinointikustannuksiksi viisi prosenttia budjetoidusta myynnin arvosta. Markkinointikustannusten budjetti ei jakaudu tasaisesti joka kuukaudelle, sillä jonakin kuukautena toteutetaan suurempi mainoskampanja kuin jonakin toisena.

Suvi budjetoi kolmen ensimmäisen kuukauden myynnin 39 000 euroksi, joten Kuvaruutu Oy:n markkinointikustannusten budjetiksi vuoden kolmelle ensimmäiselle kuukaudelle muodostuu siten:

5 % x 39 000 euroa = 1 950 euroa.

Suvi oli suunnitellut, että Kuvaruutu Oy:llä olisi helmikuussa normaalia laajempi mainoskampanja, ja niinpä hän päätti jakaa 1 950 euron osuuden seuraavasti:

Markkinointikustannusten budjetti 1.1.–31.3.20XX

	Tammi	Helmi	Maalis	Yhteensä
Kuukausittaiset markkinointi-kustannukset	300	950	700	1 950

Ostobudjetti

Kun kappalemääräinen myyntibudjetti on selvillä, voidaan laatia ostobudjetti. Tällöin ratkaistaan se, milloin mitäkin tuotetta yritykseen hankitaan. Tuotteiden ja raaka-aineiden hinnat voivat vaihdella eri aikoina, joten ostot eivät välttämättä jakaudu samalla tavalla kuin myynnit.

Suvi tiesi, että osa tavarantoimittajista antaa suurempia alennuksia, jos tuotteita tilaa samalla kerralla enemmän. Siksi hän päätti budjetoida tilaukset suoritettaviksi kerran kuukaudessa entisten kahden viikon välein tehtyjen tilausten sijaan.

Varastobudjetti

Varastoinnin avulla voidaan koordinoida hankinnat ja myynnit. Varastobudjetista ilmenee myös varastoihin sitoutuvan rahan määrä eri aikoina. Tämä on otettava huomioon rahoitusbudjetissa.

Suvi pyrki pitämään Kuvaruutu Oy:n varaston mahdollisimman pienenä. Siksi hän suunnitteli tarkoin, minkä verran tavaroita oli kunakin kuukautena tarpeen pitää varastossa. Hiljaisena kuukautena varasto oli pienempi, mutta täydennys tehtiin juuri ennen markkinointikampanjan alkua ja heti vilkkaammaksi myyntikuukaudeksi tiedetyn kuukauden alussa.

Hallintokustannusten budjetti

Hallintokustannusten budjettiin sisällytetään yrityksen hallinnosta aiheutuvat kustannukset. Tyypillisiä hallintokustannuksia ovat normaaleista konttoritoiminnoista aiheutuvat kustannukset kuten palkat ja palkanlaskennan, kirjanpidon ja tietojenkäsittelyn kustannukset. Hallintokustannusten budjetti ei yleensä ole suoraan riippuvainen myynnin määrästä eikä siinä ole suuria kuukausikohtaisia vaihteluja.

Suvi budjetoi hallintokustannuksiin kuukausittaisen vakiosumman. Summa piti sisällään mm. henkilökunnan palkat sekä tilitoimistomaksut ja atk:n kustannukset.

Investointibudjetti

Investointibudjettiin sisältyvät yrityksen pitemmän aikavälin suuret hankinnat, esimerkiksi toimitilojen osto ja tuotannollisissa yrityksissä koneiden hankinta.

Suvi totesi, ettei Kuvaruutu Oy:llä ole parhaillaan tarvetta uusiin investointeihin, joten erillistä investointibudjettia ei nyt tarvinnut laatia.

Pääbudjettien laadinta

Osabudjettien laatimisen jälkeen niistä kootaan tiedot pääbudjetteihin eli tulosbudjettiin ja rahoitusbudjettiin. Siksi Suvikin kokosi laatimistaan osabudjeteista ensin Kuvaruutu Oy:n tulosbudjetin ja sen jälkeen rahoitusbudjetin.

Suvi tiesi kokemuksesta, että hyvinkään suunniteltu tulosbudjetti ei koskaan toteudu täsmällisesti, vaan eri erät poikkeavat enemmän tai vähemmän budje-

toiduista luvuista. Paljon ehtii tapahtua budjetoinnin ja toteutumisvaiheen välillä. Siksi Suvi laati yllättävien tilanteiden varalta myös pessimistisen ja optimistisen tulosbudjetin. Pessimistisen budjetin Suvi laati sitä mahdollisuutta ajatellen, että myynti jäisi 20 % pienemmäksi kuin nyt todennäköisimpänä budjetoitu myynti. Uusi kilpailijahan voi avata liikkeen aivan naapurissa. Optimistisen budjetin hän laati sellaisen mahdollisuuden varaan, että myynti toteutuisikin 20 % nyt budjetoitua suurempana. Nykyisin kilpailijana oleva liikehän saattaisi lopettaa kokonaan toimintansa. Suvi tiesi kokemuksesta, että liike-elämä on täynnä yllätyksiä ja että yllätyksiin pitää varautua.

Suvin kolmen ensimmäisen kuukauden tulosbudjetit muodostuivat seuraavanlaisiksi:

Kuvaruutu Oy:n tulosbudjetti

Tammikuu

		Budjetti	Pessimistinen budjetti –20%	Optimistinen budjetti +20%
Liikevaihto		9 100	7 280	10 920
– Muuttuvat kustannukset		5 600	4 480	6 720
Katetuotto		3 500	2 800	4 200
– Kiinteät kustannukset				
Palkat	1 100			
Vuokrat	150			
Mainonta	300			
Posti ja puhelin	100			
Poistot	500			
Muut	800	2 950	2 950	2 950
Tulos		550	–150	1 250

Helmikuu

		Budjetti	Pessimistinen budjetti –20%	Optimistinen budjetti +20%
Liikevaihto		14 300	11 440	17 160
– Muuttuvat kustannukset		8 800	7 040	10 560
Katetuotto		5 500	4 400	6 600
– Kiinteät kustannukset				
Palkat	1 100			
Vuokrat	150			
Mainonta	950			
Posti ja puhelin	100			
Poistot	500			
Muut	800	3 600	3 600	3 600
Tulos		1 900	800	3 000

Maaliskuu

		Budjetti	Pessimistinen budjetti –20%	Optimistinen budjetti +20%
Liikevaihto		15 600	12 480	18 720
– Muuttuvat kustannukset		9 600	7 680	11 520
Katetuotto		6 000	4 800	7 200
– Kiinteät kustannukset				
Palkat	1 100			
Vuokrat	150			
Mainonta	700			
Posti ja puhelin	100			
Poistot	500			
Muut	800	3 350	3 350	3 350
Tulos		2 650	1 450	3 850

Laadittuaan kolmelle ensimmäiselle kuukaudelle kuukausikohtaiset tulosbudjetit Suvi kokosi näistä luvut ensimmäisen vuosineljänneksen tulosbudjetiksi.

Kuvaruutu Oy:n tulosbudjetti 1.1.–31.3.20XX

		Budjetti	Pessimistinen budjetti –20%	Optimistinen budjetti +20%
Liikevaihto		39 000	31 200	46 800
– Muuttuvat kustannukset		24 000	19 200	28 800
Katetuotto		15 000	12 000	18 000
– Kiinteät kustannukset				
Palkat	3 300			
Vuokrat	450			
Mainonta	1 950			
Posti ja puhelin	300			
Poistot	1 500			
Muut	2 400	9 900	9 900	9 900
Tulos		5 100	2 100	8 100

Kuvaruutu Oy:n rahoitusbudjetti

Rahoitusbudjettiin kootaan eri osabudjettien kassaan- ja kassastamaksut. Siksi lyhyen aikavälin rahoitusbudjettia kutsutaan myös maksuvalmius- eli kassabudjetiksi. Rahoitusbudjetin avulla nähdään kunkin kuukauden kassatilanne. Yrityksen on tärkeää tietää etukäteen, jos sen rahat eivät jonakin kuukautena riitä kaikkien laskujen maksamiseen. Toisaalta yrityksen on yhtä tärkeää tietää, jos kassassa on jonakin kuukautena tuleviin laskuihin nähden runsaasti rahaa.

Ostoille saadut ja myynneille annetut maksuehdot vaikuttavat keskeisesti rahoitusbudjettiin. Yleensä yrityksen kannattaa pyrkiä saamaan omille ostoilleen mahdollisimman pitkä maksuaika ja toisaalta antamaan asiakkaille myynnissä mahdollisimman lyhyt maksuaika – tai pidättyä velaksimyynnistä kokonaan.

Kuvaruutu Oy sai omille ostoilleen kuukauden maksuajan. Velaksimyyntiä Kuvaruutu Oy ei harjoittanut, joten myyntisaamisia ei päässyt syntymään.

Rahoitusbudjettiin sisältyvät myös mahdolliset uusien lainojen nostot sekä vanhojen lainojen lyhennykset. Tulosbudjettiin nämä erät eivät sisälly.

Suvi laati tulevan vuoden kolmelle ensimmäiselle kuukaudelle seuraavan rahoitusbudjetin:

Taustatiedot:

Joulukuun lopun loppukassa Kuvaruutu Oy:ssä on 5 000 euroa. Se on siten myös tammikuun alkukassa.

Joulukuussa Kuvaruutu Oy ostaa tavaroita 8 000 eurolla. Koska ostoille on kuukauden maksuaika, Kuvaruutu Oy voi maksaa laskun vasta tammikuussa. Vastaavasti tammikuun ostot Kuvaruutu Oy maksaa vasta helmikuussa, jne.

Lainan lyhennys 4 000 euroa Kuvaruutu Oy:n pitää maksaa maaliskuussa.

Kuvaruutu Oy:n rahoitusbudjetti (tammi-maaliskuu)

	Tammikuu	Helmikuu	Maaliskuu
Alkukassa	5 000	3 650	9 250
Kassaanmaksut:			
Käteismyynnit	9 100	14 300	15 600
Yhteensä	14 100	17 950	24 850
Kassastamaksut:			
Edellisen kuukauden ostot	8 000	5 600	8 800
Palkat	1 100	1 100	1 100
Vuokrat	150	150	150
Mainonta	300	950	700
Posti ja puhelin	100	100	100
Lainan lyhennys	0	0	4 000
Muut	800	800	800
Yhteensä	10 450	8 700	15 650
Kassajäännös	3 650	9 250	9 200

Budjettitarkkailu

Budjettitarkkailu tarkoittaa budjetoidun tilanteen ja toteutuvan tilanteen eron seuraamista. Eroja kutsutaan budjettipoikkeamiksi eli todellisiksi budjettieroiksi. Ne voidaan laskea euroina tai prosentteina. Budjettitarkkailussa on tärkeää selvittää poikkeamien syyt ja tutkia niistä aiheutuvat seuraukset sekä ryhtyä pikaisesti mahdollisiin korjaaviin toimenpiteisiin.

Yleisimmät syyt budjettipoikkeamiin ovat
1) budjetoitujen erien väärinarviointi
esimerkiksi:
– mainoskampanjan kustannukset toteutuvat kaksinkertaisina verrattuna budjetoituihin kustannuksiin
– myynti toteutuu budjetoitua suurempana

2) epärealistinen budjetti
esimerkiksi:
– myynti budjetoitu alun perin niin korkeaksi, että sen ei ole ollut käytännössä mahdollista toteutua
– kustannukset budjetoitu tietoisesti liian mataliksi (budjettiharha)

3) odottamaton muutos kilpailuoloissa
esimerkiksi:
– samalla alalla toimiva yritys aloittaa toiminnan aivan lähellä
– samalla alalla toimiva yritys lopettaa yllättäen toimintansa
– kilpailija tuo uusia ja parempia tuotteita markkinoille

4) yrityksestä riippumattomat syyt
esimerkiksi:
– raaka-aineen hinta muuttuu yllättäen
– säätilan vaikutus ostokäyttäytymiseen (esim. jäätelön myyntiin kesällä).

Esimerkkitapaus budjettipoikkeamasta

Vauhti Oy on autotarvikkeita myyvä yritys. Vauhti Oy:ssä oli budjetoitu vuoden kolmelle ensimmäiselle kuukaudelle 600 000 euron myynti. Huhtikuussa Vauhti Oy:ssä tarkasteltiin alkuvuodeksi budjetoidun ja sittemmin toteutuneen tuloksen eroja. Eroja olikin runsaasti, vaikka Vauhti Oy ei ollut syyllistynyt tietoiseen väärinbudjetointiin eli budjettiharhaan. Tosin yrityksessä ounasteltiin jo budjettikauden kuluessa, ettei myynti tulisi aivan saavuttamaan budjetoitua, sillä pahin kilpailija oli kampanjoinut voimakkaasti.

Vauhti Oy:n budjetin toteutuma 1.1.–31.3.20XX

	Budjetti		Toteutuma		Poikkeama	
	euroa	%	euroa	%	euroa	%
Myynti	600 000	100	570 000	100	–30 000	–5
– Muuttuvat kustann.	360 000	60	342 000	60	–18 000	–5
= Katetuotto	240 000	40	228 000	40	–12 000	–5
– Kiinteät kustann.	150 000	25	153 000	26,84	+3 000	+2
= Tulos ennen veroja	90 000	15	75 000	13,16	–15 000	–16,67
– Verot	26 100	4,35	21 750	3,82	– 4 350	–16,67
Tulos verojen jälkeen	63 900	10,65	53 250	9,34	–10 650	–16,67

Taulukosta näkyy, että kun myynnissä jäädään viisi prosenttia budjetoidun alle, jäädään tuloksessa 16,67 % budjetoidusta. Miksi tulos pienenee näin paljon? Siksi, että kiinteät kustannukset eivät laske, vaikka myynti ja muuttuvat kustannukset laskevat. Vauhti Oy:n tapauksessa kiinteät kustannukset ovat jopa korkeammat kuin oli budjetoitu. Miten se on mahdollista? Siten, että mainosbudjetti ylittyi yhtenä kuukautena yllättäen 3 000 eurolla. Mainoskampanjasta tuli budjetoitua kalliimpi.

Poikkeama-osan lukuja on tarkasteltava huolella: miinusmerkki ei aina tarkoita huonoa, eikä plusmerkki hyvää. Ylimmältä riviltä näkyy, että myynnissä on jääty 5 % budjetoidusta. Se merkitään poikkeamasarakkeessa –5:ksi ja on yrityksen kannalta huono asia. Myynnin alla olevat muuttuvat kustannukset ovat niin ikään 5 % pienemmät kuin oli budjetoitu. Tämäkin merkitään poikkeamasarakkeessa –5:ksi, vaikka budjetoitua pienemmät kustannukset ovat yrityksen kannalta hyvä asia. Vastaavasti havaitaan, että kiinteät kustannukset on merkitty poikkeamasarakkeessa +2:ksi. Onko tämä luku yrityksen kannalta hyvä vai huono asia? Huono, sillä se kertoo kiinteiden kustannusten olleen korkeammat kuin oli budjetoitu.

Yrityksissä on tärkeää analysoida budjettipoikkeamien syyt. Siksi taulukkoon voidaan lisätä viimeiseksi sarake Miksi?

Poikkeama euroa	%	Miksi? Selvitys poikkeamaan tai budjetoidussa pysymiseen
– 30 000	– 5	Kilpailijan voimakas markkinointi laski päivittäismyyntiä ajoittain jopa kolmanneksen budjetoidusta.
– 18 000	– 5	Ostohinnat pysyivät ennallaan myynnin laskusta huolimatta, sillä saimme maahantuojalta saman määräalennuksen kuin ennenkin.
– 12 000	– 5	Katetuotto laski myymättä jääneiden tuotteiden katetuoton verran, koska myytyjen tuotteiden osto- ja myyntihinnat säilyivät budjetoituina (tuotekohtainen katetuotto pysyi ennallaan).
+ 3 000	+ 2	Markkinointikustannukset toteutuivat budjetoitua korkeampina, koska maaliskuun mainoskampanja maksoi budjetoitua enemmän.
– 15 000	– 16,67	Voitto laski, koska budjetoituja myyntimääriä ja katetta ei saavutettu. Kiinteät kustannukset toteutuivat budjetoitua korkeampina.
– 4 350	– 16,67	Verot laskivat samassa suhteessa kuin voitto pienentyi.
– 10 650	– 16,67	Tulos laski, koska myynti jäi budjetoidusta ja kiinteät kustannukset toteutuivat yli budjetoidun.

Arvonlisävero budjetoinnissa

Tulosbudjetin erissä ei käytetä arvonlisäverollisia lukuja, koska arvonlisävero ei vaikuta yrityksen tulokseen. Rahoitusbudjetissa sen sijaan on hyvä käyttää arvonlisäverollisia lukuja ainakin silloin, kun esimerkiksi myynnit vaihtelevat huomattavasti kuukausittain.

Oletetaan, että yrityksen yksinkertaistettu tulosbudjetti vuoden kolmelta ensimmäiseltä kuukaudelta on seuraava:

	Tammi	Helmi	Maalis
Myynnit	10 000	12 000	15 000
Myytyjen tuotteiden muuttuvat kustannukset	6 000	7 200	9 000
Katetuotto	4 000	4 800	6 000
Kiinteät kustannukset			
Palkat	1 000	1 000	1 000
Vuokrat	1 800	1 800	1 800
Mainonta	500	500	500
Poistot	100	100	100
Voitto	600	1 400	2 600

Koska varasto ei muutu, myytyjen tuotteiden hankintakustannukset ovat samalla kuukauden ostot.

Tuotot ja kustannukset eivät siis tulosbudjetissa sisällä arvonlisäveroa. Arvonlisäveron vaikutus yrityksen rahankäyttöön saadaan, kun arvonlisäverolliset tulo- tai menoerät kerrotaan 1,24:lla. Esimerkiksi tammikuun myyntituotot 10 000 euroa aiheuttavat 1,24 x 10 000 euron eli 12 400 euron suuruisen kassaanmaksun. Myös omat hankintansa yritys tekee verollisina. Arvonlisäveron vaikutus ostojen ja mainonnan kassastamaksuihin saadaan kertomalla kyseiset erät niin ikään 1,24:lla.

Rahoitusbudjetti näyttää seuraavalta:

Alkukassa	1 000	1 020	1 752
Käteismyynneistä	12 400	14 880	18 600
Yhteensä	13 400	15 900	20 352
Kassastamaksut			
Käteisostoista	7 440	8 928	11 160
Palkoista	1 000	1 000	1 000
Vuokrista	1 800	1 800	1 800
Mainonnasta	620	620	620
Arvonlisävero valtiolle	1 520	1 800	840
Yhteensä	12 380	14 148	15 420
Kassajäännös	1 020	1 752	4 932

Arvonlisävero maksetaan valtiolle pääsääntöisesti kuukausittain kalenterikuukautta seuraavan toisen kuukauden 12. päivään mennessä. Esimerkiksi tammikuulta maksettavaksi tuleva 840 euron arvonlisävero maksetaan maaliskuussa. Se määräytyy tammikuun myyntien ja hankintojen perusteella seuraavasti:

Myyntien arvonlisävero	2 400
Ostojen arvonlisävero	–1 440
Mainonnan arvonlisävero	–120
Maksettava arvonlisävero	840

Tammikuussa maksetaan edellisen vuoden marraskuun arvonlisävero 1 520 euroa ja helmikuussa edellisen vuoden joulukuun arvonlisävero 1 800 euroa.

Erilaisia budjetointitapoja

Yritys voi toiminnassaan käyttää erilaisia budjetointitapoja. Näitä ovat esimerkiksi kiinteä, tarkistettava ja rullaava budjetti. Kiinteä budjetti laaditaan esimerkiksi vuodeksi eteenpäin. Sitä ei muuteta vuoden kuluessa, vaan toteutumista ja budjettipoikkeamia seurataan jälkikäteen.

Tarkistettavaa budjettia korjataan budjettivuoden kuluessa esimerkiksi kuukausittain tai kolmen kuukauden välein. Siten loppuvuoden budjetti muuttuu vuoden kuluessa siitä, mitä se oli tammikuussa budjettikauden alkaessa.

Rullaava budjetti reagoi kaikkein nopeimmin yrityksen liiketoiminnassa tapahtuviin muutoksiin. Rullaavassa budjetissa otetaan joka kuukausi yksi uusi kuukausi mukaan budjetointikauteen, joten yrityksellä on koko ajan budjetti vuodeksi eteenpäin. Joka kuukausi budjettia myös tarkistetaan vastaamaan viimeisimpiä arvioita esimerkiksi myynnin kehittymisestä.

Budjetti	on tietyn kauden tavoitteeksi asetettu rahamääräinen – joskus myös kappalemääräinen – toimintasuunnitelma.
Budjetin tehtävänä	on olla yrityksessä suunnittelu-, tarkkailu- ja koordinointiväline.
Pääbudjetit	ovat tulosbudjetti ja rahoitusbudjetti. Usein laaditaan myös ennakoitu rahoitustase.
Osabudjetti	koskee yrityksen rajattua osa-aluetta. Rajaus voidaan tehdä esimerkiksi toimintojen, kohteen tai vastuualueen mukaan. Tyypillisiä osabudjetteja ovat myyntibudjetti, markkinointibudjetti, ostobudjetti, varastobudjetti ja hallintobudjetti.
Budjettipoikkeama	on budjetoidun tilanteen ja toteutuneen tilanteen ero, ns. todellinen budjettiero.
Budjettiharha	tarkoittaa tietoista väärinbudjetointia, toisin sanoen sitä, että jo budjetointivaiheessa tiedetään, ettei budjetti tule toteutumaan.

Testaa tietosi: 10 kysymystä

	Oikein	Väärin
1. Budjettia käytetään apuvälineenä yritystoiminnan suunnittelussa, suunnitelmien toteutumisen tarkkailussa ja erilaisten resurssien koordinoinnissa.		
2. Tulosbudjetti on laadittava tuloslaskelman muotoon, koska sitä koskevat samat kirjanpitolain ja -asetuksen määräykset kuin yrityksen varsinaista kirjanpitoa.		
3. Yritys voi käyttää juuri sellaisia osabudjetteja, jotka parhaiten sopivat sen käyttöön.		
4. Budjetointiprosessi aloitetaan yleensä hallintokustannusten budjetoinnista, koska ne ovat varsin kiinteät eivätkä vaihtele merkittävästi vuodesta toiseen.		
5. Yksityisotot merkitään tulosbudjettiin.		
6. Osabudjettien laatimisen jälkeen laaditaan tulosbudjetti. Tällöin on muistettava lisätä lukuihin myös arvonlisävero, sillä se ei sisälly eri osabudjettien lukuihin.		
7. Rahoitusbudjetin avulla pyritään selvittämään etukäteen esimerkiksi kuukausikohtainen kassatilanne.		
8. Budjettitarkkailun tavoitteena on selvittää syyt budjettipoikkeamiin.		
9. Budjettipoikkeamat ovat yrityksen kannalta aina huono asia.		
10. Poistoja ei merkitä rahoitusbudjettiin.		

Tehtävät

1. Mitä seikkoja on pohdittava budjetoitaessa seuraavien tuotteiden myyntiä:

a. jäätelön myynti seuraavana kesänä

b. viime jouluna loppuunmyyty trendilelu tulevana jouluna

c. perunoiden kuukausikohtainen myynti ensi vuonna

d. koulun vuosijuhlan liput.

2. Mahlun Urheilu Oy myy sekä naisten että miesten pyöriä. Pyöriä koskevat tavoitteet ja tiedot ensi vuodelle ovat seuraavat:

	Naisten pyörät	Miesten pyörät
Myyntitavoite, kpl	300	200
Myyntihinta, euroa	200	250
Hankintameno	120	175

Mahlun Urheilu Oy:n kiinteiden kustannusten arvioidaan olevan 20 000 euroa. Luvuissa ei ole arvonlisäveroa.

a. Laske naisten pyörien ja miesten pyörien katetuotto ja katetuottoprosentti.

b. Laadi tulosbudjetti sekä naisten ja miesten pyörille että koko yritykselle.

	Naisten pyörät	Miesten pyörät	Koko yritys
Myyntituotot			
Muuttuvat kustannukset			
Katetuotto			
Kiinteät kustannukset			
Tulos			
Myynnin jakauma (%)			

c. Mikä on Mahlun Urheilun keskimääräinen katetuottoprosentti?

d. Montako prosenttia budjetoitu voitto on budjetoidusta liikevaihdosta?

3. Oy Flashlight Ltd on kameroiden maahantuontiliike. Flashlightissa lähdetään budjetoinnissa liikkeelle myyntibudjetin laadinnasta. Eri tuotteiden kappalemääräisen myynnin arvioidaan jakautuvan tulevan vuoden eri kuukausille seuraavasti:

	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä
Canon EOS 750 -kamera	5	4	7	6	8	6
Philips-kamera	10	8	14	12	16	12
Konica Pocket -kamera	15	12	21	18	24	18

	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
Canon EOS 750 -kamera	3	5	6	8	6	7
Philips-kamera	6	10	12	16	12	14
Konica Pocket -kamera	9	15	18	24	18	21

Kameroiden hankintahinnat ovat:

Canon EOS 750 -kamera	200,00 euroa
Philips-kamera	150,00
Konica Pocket- kamera	50,00

Flashlightissa osattiin arvioida eri kameroiden menekki kullakin hinnalla ja siksi Flashlightissa päätettiin hinnoitella kamerat seuraavilla hinnoittelukertoimilla:

Canon EOS 750 -kamera	2,5
Philips-kamera	2,0
Konica Pocket -kamera	2,5

a. Kameroiden myyntihinnat, katteet ja katetuottoprosentit ovat siten seuraavat:

	Canon	Philips	Konica
Myyntihinta	_____	_____	_____
Hankintahinta	_____	_____	_____
Katetuotto	_____	_____	_____
Katetuottoprosentti	_____	_____	_____

b. Laadi edellä esitettyjen tietojen perusteella Oy Flashlight Ltd:n euromääräinen myyntibudjetti budjettivuoden 20XX eri kuukausille:

	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä
Canon EOS 750 -kamera						
Philips-kamera						
Konica Pocket -kamera						
Yhteensä						

	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
Canon EOS 750 -kamera						
Philips-kamera						
Konica Pocket -kamera						
Yhteensä						

	Koko vuosi yhteensä
Canon EOS 750 -kamera	
Philips-kamera	
Konica Pocket -kamera	
Yhteensä	

4. Alla on Moi Oy:n markkinointikustannusten budjetti ja toteutuma vuodelta 20XX. Laske budjettipoikkeamat euroissa ja prosentuaalisesti sekä poikkeama euroissa yhteensä vuoden alusta.

Markkinointikustannusten budjetti vuodelle 20XX

	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä
Budjetoitu	5 000	17 000	13 000	10 000	12 000	8 000
Toteutunut	4 500	18 300	13 600	11 900	11 400	7 900
Poikkeama:						
euroissa						
prosenteissa						
Poikkeama euroissa yhteensä vuoden alusta						

	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
Budjetoitu	2 000	8 000	9 000	13 000	13 000	10 000
Toteutunut	3 500	7 500	8 900	11 900	13 800	12 000
Poikkeama:						
euroissa						
prosenteissa						
Poikkeama euroissa yhteensä vuoden alusta						

5. Laadi Ravintola Tapiolan Tuisku Oy:n tulosbudjetti vuoden 20XX kolmelle ensimmäiselle kuukaudelle alla mainittujen tietojen perusteella:

- liikevaihto tammikuussa 23 000 euroa, helmikuussa 22 000 euroa ja maaliskuussa 24 000 euroa
- tavaroita ostetaan kuukausittain myyntiä vastaava määrä
- katetuotto 40 %
- palkat sosiaalikustannuksineen 5 000 euroa kuukaudessa
- liiketilojen vuokrat 1 000 euroa kuukaudessa
- markkinointikustannukset 400 euroa kuukaudessa
- sähkö- ja puhelinkustannukset 400 euroa kuukaudessa
- poistot 2 400 euroa vuodessa
- lainojen korot 3 600 euroa vuodessa
- myynti on käteismyyntiä.

Tulosbudjetti

	Tammi	Helmi	Maalis
Myyntituotot			
Muuttuvat kustannukset			
Katetuotto			
Kiinteät kustannukset:			
Palkat			
Vuokrat			
Sähkö ja puhelin			
Markkinointi			
Poistot			
Korot			
Kiinteät kustannukset yhteensä			
Tulos			

6. Lastenvaateliike Tähden tulosbudjetti ajalle 1.1.–31.3. on seuraava:

Myyntituotot		90 000
Tavaraostot		60 000
Katetuotto		30 000
Kiinteät kustannukset:		
Palkat	10 500	
Vuokra	1 500	
Korot	600	
Poistot	2 100	
Muut kustannukset	2 400	17 100
Voitto		12 900

Laadi Lastenvaateliike Tähden rahoitusbudjetti tulosbudjetin ja seuraavien tietojen perusteella:

- Tammikuun alussa kassassa on rahaa 3 000 euroa.
- Kassajäännös kunkin kuukauden lopussa pitää olla vähintään 1 000 euroa.
- Eri kuukausien osuus kokonaismyynnistä on: tammikuu 30 %, helmikuu 40 % ja maaliskuu 30 %.
- Kaikki myynti on käteismyyntiä.
- Myytävät tavarat ostetaan yritykseen myyntikuukausien aikana, ja hankinnoilla on maksuaikaa 30 päivää.
- Joulukuun hankintojen ostovelkoja on 30 000 euroa.
- Palkat, vuokrat ja muut kustannukset jakautuvat tasaisesti eri kuukausille.
- Yritys lyhentää tammikuussa lainaa 5 000 euroa.
- Maaliskuussa maksetaan myös lainan korkoa 450 euroa.
- Yritys voi tarpeen vaatiessa saada lyhytaikaista luottoa. Tällainen luotto pyritään maksamaan takaisin seuraavan kuukauden kuluessa.

Rahoitusbudjetti

	Tammi	Helmi	Maalis
Kassajäännös			
Kassaanmaksut:			
Käteismyynnistä			
Tilapäisluotoista			
Yhteensä			
Kassastamaksut:			
Käteisostot			
Ostovelat			
Palkat			
Vuokrat			
Muut kustannukset			
Lainan lyhennys			
Lainan korko			
Tilapäisluoton takaisinmaksu			
Yhteensä			
Kassajäännös kauden lopussa			

Paljonko yrityksellä on kassassa rahaa maaliskuun viimeisenä päivänä?

_____

7. Tuohivirsu Oy myy lahjatavaroita. Yrityksen tulosbudjetti vuoden kolmelta ensimmäiseltä kuukaudelta on seuraava:

Liikevaihto		38 000
Muuttuvat kustannukset		22 000
Katetuotto		16 000
Kiinteät kustannukset		
Palkat	7 500	
Vuokrat	1 500	
Toimistokustannukset	3 000	
Poistot	850	
Korot	120	12 970
Voitto		3 030

- Kassassa on rahaa budjettikauden alkaessa 2 500 euroa.
- Liikevaihto jakautuu budjettikauden eri kuukausille seuraavasti: tammikuu 30 %, helmikuu 30 %, maaliskuu 40 %. Kaikki myynti on käteismyyntiä.
- Tavaroita ostetaan kuukausittain myyntiä vastaava määrä. Maksuehto on 30 päivää netto. Ostovelkoja on budjettikauden alkaessa 7 000 euroa.
- Tuohivirsu Oy suunnittelee uudistavansa yrityksen taloushallintoa. Tätä varten konttoriin ostetaan uusi tietokone. Hankinta tapahtuu tammikuussa. Koneen hinta on 1 200 euroa; maksuehto 30 päivää netto (hankinta on jo huomioitu budjettikauden poistoissa).
- Lainaa lyhennetään 2 000 eurolla 31.3. Samassa yhteydessä maksetaan myös lainan korko 120 euroa.

Laadi rahoitusbudjetti ajalle 1.1.–31.3. sekä erikseen ajanjakson jokaista kuukautta varten.

	1.1.–31.3.
Kassajäännös	
Kassaanmaksut	
Yhteensä	
Kassastamaksut	
Yhteensä	
Kassajäännös kauden lopussa	

	Tammikuu	Helmikuu	Maaliskuu
Kassajäännös			
Kassaanmaksut			
Yhteensä			
Kassastamaksut			
Yhteensä			
Kassajäännös kauden lopussa			

8. Jenni Meri myy astianpesukoneita. Vuoden 20XX ensimmäiselle vuosipuoliskolle hän asettaa seuraavat tavoitteet (tehtävässä ei oteta huomioon arvonlisäveroa):

Tuote	Astianpesukone Ecoflex 100
Myyntimäärä	150 kpl
Myyntihinta	530 euroa

Jenni ostaa astianpesukoneet maahantuojalta 328 euroa/kpl. Muut suunnitelmat ja arviot ovat seuraavat:

Jenni aikoo mainostaa astianpesukoneita sanomalehdessä ja arvioi mainosten maksavan kuukaudessa 780 euroa. Posti-, puhelin-, sähkö-, siivous- ja kirjanpitokustannuksia Jenni arvioi aiheutuvan 614 euroa kuukaudessa. Liikehuoneiston kuukausivuokra on 1 050 euroa. Jenni aikoo palkata ruuhka- ja viikonloppuapulaisen, josta aiheutuu kustannuksia 900 euroa kuukaudessa sisältäen palkan sivukustannukset. Yrittäjäeläkevakuutusmaksu on seuraavalta puolivuotiskaudelta 1 440 euroa.

Tammikuussa Jenni ostaa yritykseensä uuden kassajärjestelmän, jonka käyttöajaksi hän arvioi useita vuosia. Hankintahinta on 1 210 euroa. Vanhasta kalustosta on poistamatta 2 886 euroa. Kalustosta tehdään vuosittain 25 %:n menojäännöspoisto. Lainasta maksetaan 30.6. korkoa 547 euroa.

a. Laadi Jennille tulosbudjetti ajalle 1.1.–30.6.

Myyntituotot		_____
Muuttuvat kustannukset		
_____		_____
Katetuotto		_____
Kiinteät kustannukset		
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	_____
Tulos		_____

b. Rahoitusbudjetin laatimista varten tiedetään seuraavaa:

- Rahoitusbudjetti laaditaan kuukausikohtaisesti. Kassassa on budjettikauden alkaessa 257 euroa.
- Jenni arvelee myynnin jakautuvan tasaisesti budjettikauden eri kuukausille. Kaikki myynnit tapahtuvat käteisellä.
- Astianpesukoneiden hankinnat Jenni aikoo ajoittaa tasaisesti budjettikauden eri kuukausille. Ostolaskuista Jenni maksaa 50 % ostokuukauden aikana ja loput seuraavan kuukauden aikana. Ostovelkoja joulukuulta on 3 125 euroa.
- Mainoskustannukset sekä posti-, puhelin-, sähkö-, siivous- ja kirjanpitokustannukset jakautuvat tasaisesti budjettikauden eri kuukausille ja maksetaan syntymiskuukautena.
- Vuokrat maksetaan myös kuukausittain, samoin palkat.
- Yrittäjäeläkevakuutusmaksua maksetaan budjettikauden aikana kahdessa erässä: helmikuussa 720 euroa ja toukokuussa 720 euroa.
- Jenni aikoo nostaa kuukausittain yrityksestään 1 120 euroa itselleen yksityisottona.
- Kassajärjestelmä hankitaan tammikuussa ja maksetaan käteisellä.
- 30.6. lyhennetään lainoja 1 050 euroa ja maksetaan korot.
- Loppukassaksi pitää jäädä vähintään 500 euroa.

	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä

9. Kukkakauppa Havunneula (omistaja Maisa Lahti) on laatinut vuoden 20XX ensimmäiselle vuosipuoliskolle tulosbudjetin. Tulosbudjetti on seuraava:

Myynti		30 000
Muuttuvat kustannukset		18 000
Katetuotto		12 000
Kiinteät kustannukset		
Palkat	500	
Vuokrat	1200	
Poistot	800	
Korot	250	
Toimistokustannukset	1200	3 950
Voitto		8 050

Rahoitusbudjetin laatimista varten Maisa ottaa huomioon seuraavaa:

- Kassassa on rahaa budjettikauden alkaessa 800 euroa.
- Myynnin Maisa arvioi jakautuvan budjettikauden eri kuukausille seuraavasti: tammikuu 15 %, helmikuu 15 %, maaliskuu 10 %, huhtikuu 20 %, toukokuu 30 %, kesäkuu 10 %. Kaikki myynnit tapahtuvat käteisellä. Ota huomioon myös arvonlisävero.
- Kaikki tulosbudjetin muuttuvat kustannukset ovat budjettikauden ostoja. Ostot jakautuvat eri kuukausille myyntien suhteessa ja ne maksetaan ostokuukauden aikana. Ota huomioon myös arvonlisävero.
- Tulosbudjetin palkat käsittävät toukokuussa kiireapulaiselle maksetun 500 euron palkan. Vuokrat jakautuvat tasaisesti budjettikauden eri kuukausille, samoin toimistokustannukset. Toimistokustannukset ovat sähkölaskuja, puhelinlaskuja, postimenoja ja konttoritarvikkeita. Ota huomioon toimistokustannusten osalta myöskin arvonlisävero. Kaikki em. kustannukset maksetaan syntymiskuukauden aikana.
- Kesäkuun lopussa Havunneula maksaa pankille lainan lyhennyksenä 1 200 euroa sekä lainan korkoa 250 euroa.
- Tammikuussa maksetaan marraskuun arvonlisävero, 295 euroa, ja helmikuussa joulukuun arvonlisävero, 320 euroa.
- Joka kuukausi Maisa ottaa yrityksestä yksityiskäyttöönsä 1 000 euroa.
- Kassassa pitää kunkin kuukauden lopussa olla rahaa vähintään 200 euroa.

Laadi rahoitusbudjetti tammi–kesäkuulle.

	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä

Eri kuukausien arvonlisäverot määräytyvät seuraavalla tavalla:

	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä
Myyntien alv	1 080	1 080	720	1 440	2 160	720
Vähennettävä alv	696	696	480	912	1 344	480
Maksettava alv	384	384	240	528	816	240
Maksupäivä	12.3.	12.4.	12.5.	12.6.	12.7.	12.8.

Laskelmia liiketoimintasuunnitelmaan

Yhä useampi pohtii oman yrityksen perustamista jossain elämänsä vaiheessa. Jo perustamista suunnitellessa pitää laatia alustavia laskelmia siitä, kuinka paljon omaa tai vierasta pääomaa yritystoiminnan käynnistämiseksi tarvitaan, millaisia kustannuksia suunnitellulle yritykselle muodostuu ja kuinka paljon arvioidulla katetuottoprosentilla tarvitaan myyntiä tavoitetuloksen saavuttamiseksi.

Muun muassa näitä laskelmia voi harjoitella seuraavan Eerika Elon vaatetusliike -esimerkin avulla.

Eerika Elo perustaa boutique-tyyppisen vaatetusliikkeen. Hän vuokraa vilkkaan liikekeskuksen läheltä vapaana olevan pienen myymälätilan. Liiketoimintasuunnitelmaa laatiessaan hän arvioi perustamisesta aiheutuvan seuraavanlaisia kustannuksia:

- yrityksen perustamiseen liittyvä rekisteröimismaksu 110 euroa
- yhden kuukauden vuokraennakko 250 euroa
- ensimmäisen kuukauden vuokra 250 euroa
- remonttikustannukset liikehuoneistosta 1 200 euroa
- myymäläkalusto 2 500 euroa
- kassakone 1 000 euroa
- konttoritarvikkeet 150 euroa
- alkuvarasto 7 500 euroa
- alkukassa 100 euroa.

1. Laske yrityksen perustamisesta aiheutuva rahantarve. Kuinka paljon tarvitaan rahaa investointeihin? Mikä on muu rahantarve?

Koneet ja kalusto _____

Alkuvarasto _____

Muu rahantarve _____

Rahan tarve yhteensä _____

2. Omia säästöjä Eerikalle on kertynyt 3 000 euroa. Tämän lisäksi hän saa neuvoteltua pankista lainaa. Laske tarvittava lainan määrä.

Rahan tarve yhteensä _____

Oma rahoitus _____

Pankkilaina _____

3. Kustannuksia Eerika arvioi toiminnasta aiheutuvan seuraavasti:

– Kuukausivuokra on 250 euroa. Summa sisältää myös sähkön, lämmön ja veden.

– Eerika arvioi tekevänsä töitä kahdeksan tuntia päivässä. Myynnin ohella hän hoitaa itse lähes kaikki yrityksen pyörittämiseen liittyvät asiat: mainonnan, markkinoinnin, hankinnat ja somistuksen. Työpanoksensa arvoksi hän laskee 1 800 euroa kuukaudessa.

– Vuotuinen yrittäjäeläkevakuutusmaksu määräytyy vakuutusyhtiön kanssa sovitun vahvistetun työtulon perusteella. Eerikalle vahvistettu työtulo on 24 000 euroa vuodessa. Yrittäjäeläkevakuutusmaksu on 24,1 % vahvistetusta työtulosta.

– Hankkimiensa koneiden ja kaluston pitoajaksi Eerika arvioi viisi vuotta. Poistotapana hän käyttää tasapoistoa. Poisto on siis 20 % vuodessa.

– Laina-ajaksi on sovittu kymmenen vuotta. Lainan korko on 5 %.

– Muita kustannuksia Eerika arvioi syntyvän seuraavasti: korjaukset ja huolto 300 euroa vuodessa, ilmoitukset ja mainosjakelut 250 euroa, posti, puhelin ja muu hallinto 1 200 euroa vuodessa sekä siivous ja puhtaanapito 180 euroa vuodessa. Kirjanpidon hän päättää antaa tilitoimiston hoidettavaksi, ja sen hinnaksi on arvioitu 950 euroa vuodessa.

Laske kuinka paljon katetta Eerikan on vähintään saatava vuodessa, jotta kaikki kustannukset saadaan katettua.

Minimikatetuotto _____

Vuotuiset kustannukset _____

Tulos = 0

4. Paljonko Eerikan on vähintään myytävä vuodessa, jos hän hinnoittelee tuotteensa 60 %:n katteella? Paljonko on myytävä kuukaudessa?

Myynti	_____
Muuttuvat kustannukset	_____
Katetuotto	_____
Kiinteät kustannukset	_____
Tulos	= 0

Myynti vähintään kuukaudessa _____

5. Eerika arvioi kuitenkin myyvänsä vuodessa 71 000 eurolla. Paljonko tällöin on vuotuinen tulos?

Myynti	_____
Muuttuvat kustannukset	_____
Katetuotto	_____
Kiinteät kustannukset	_____
Tulos	_____

Osoitteita ja tietolähteitä liiketoimintasuunnitelman laatimisen avuksi

Internetosoite	Mitä tietoa osoitteesta löytyy:
www.yrityssuomi.fi	verkkopalvelu yrittäjille ja yrittäjiksi aikoville
www.ely-keskus.fi	tukea ja neuvoja pk-yrityksille
www.uusyrityskeskus.fi	neuvontaa yrittäjiksi aikoville
www.finnvera.fi	yritystoiminnan aloittamisen rahoitusratkaisuja
www.prh.fi	yrityksen rekisteröintipalvelut
www.vero.fi	verotietoa alkavalle yrittäjälle
www.veronmaksajat.fi	veroneuvontaa
www.ytj.fi	Patentti- ja rekisterihallituksen ja verohallinnon yhteinen yritystietojärjestelmä
www.yrittajat.fi	Suomen Yrittäjät ry:n kotisivut
www.taloushallintoliitto.fi	tilitoimistojen yhteystietoja
www.te-palvelut.fi	aloittavan yrittäjän palvelut
www.suomi.fi/asiointi	yritysten tarvitsemia viranomaislomakkeita
Pankit ja rahoitusyhtiöt:	
www.nordea.fi	
www.saastopankki.fi	
www.op.fi	
www.poppankki.fi	
www.danskebank.fi	
www.handelsbanken.fi	
www.svea.com/fi	
www.nordearahoitus.fi	
Vakuutusyhtiöt:	
www.lahitapiola.fi	
www.pohjola.fi	
www.fennia.fi	
www.if.fi	
www.varma.fi	
www.ilmarinen.fi	

Hakemisto

A

Ainekustannukset 23
Aikapalkka 25
Arvonlisävero 22, 29, 85, 184

B

Budjetti 187
Budjettiharha 187
Budjettipoikkeama 182, 187
Budjettitarkkailu 182

C

Current ratio 155, 156

E

Erilliskustannus 52

F

Factoring 149

H

Hallintokustannusten budjetti 177
Hankintakustannus 24
Henkilösivukustannukset 25
Hinnoittelualue 87, 95
Hinnoittelukerroin 86, 95
Hinnoittelumenetelmät 88
Hävikki 25, 94, 95

I

Inventointi 24
Inventaarioluettelo 24
Investointibudjetti 177

K

Kapasiteetti 110, 114
Katetuotto 46, 54
Katetuottohinnoittelu 83
Katetuottoprosentti 47, 54
Kiinteä budjetti 186
Kiinteät kustannukset 6, 9
Kustannus 9
Kokonaiskustannukset 6
Korko 28
Kriittinen piste 48, 54
Kuukausipalkka 25
Käyttöpääoma 153, 156
Käyttöpääomasuhde 156

L

Leasing-rahoitus 135
Liiketoiminnan muut kustannukset 26
Likviditeetti 156
Luottolimiitti 137

M

Maksuaika 146
Maksuvalmius 146
Maksuvalmiussuhde 156
Markkinointikustannusten budjetti 176
Menojäännös 27
Menojäännöspoisto 28
Muuttuvat kustannukset 6, 9
Myyntibudjetti 174
Myyntisaamisten keskimääräinen maksuaika 156

O

Oma pääoma 28, 139
Omavaraisuusaste 138, 139
Osabudjetit 173, 187
Ostobudjetti 176
Ostovelat 152
Ostovelkojen keskimääräinen maksuaika 152

P

Pakkaustarvikekustannukset 23
Palkkakustannukset 25
Poistot 27

Provisiopalkka 25
Pääbudjetit 173, 187
Pääoma 139
Pääomakustannukset 27

Q
Quick ratio 155, 156

R
Raaka-ainekustannukset 23
Rahoitusbudjetti 180
Rullaava budjetti 186

S
Suorite 8, 9
Suorituspalkka 25

T
Tarvikekustannukset 23
Tarkistettava budjetti 186
Tasapoisto 28
Tase-ennuste 173
Tavarakustannukset 23
Toiminta-aste 110, 114
Toimintasuhde 110, 114
Tulos 46
Tulosbudjetti 173
Tuntipalkka 25
Tuotannontekijä 7, 9
Tuotto 6

U
Urakkapalkka 25

V
Vakavaraisuus 139
Varastobudjetti 177
Varaston kiertonopeus 150
Varastossaoloaika 151
Varmuusmarginaali 49, 54
Vieras pääoma 28, 139
Välitön kustannus 29

Y
Yhteiskustannus 52